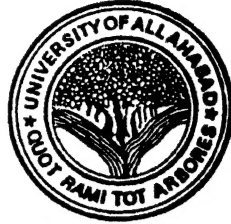


**“असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की  
विपणन सम्बन्धी समस्यायें  
जनपद इलाहाबाद के विशेष सन्दर्भ में”**



**वाणिज्य में  
डी. फिल. उपाधि हेतु  
प्रस्तुत शोध प्रबन्ध  
द्वारा**

**राजेन्द्र कुमार मिश्र  
शोध छात्र**

**निर्देशक  
डा० प्रदीप जैन  
उपाचार्य**

**वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग  
इलाहाबाद विश्वविद्यालय  
इलाहाबाद  
2002**

प्राक्कथन

मानव सभ्यता का विकास औद्योगिक विकास के साथ जुड़ा है। पूर्व पाषाण काल, नव पाषाण काल और फिर ताम्र, लौह वाष्प, विद्युत एवं अणु युगों में क्रमशः सभ्यता के क्रम में यन्त्र और औद्योगिक क्रियायें बदलती गयीं। उद्योग ने समाज व्यवस्था, रस्म-रिवाज, शिक्षा, राजनीति और अर्थनीति को प्रभावित किया है। मार्क्स, एंजल्स, आगवर्न, हेक्सटर आदि विद्वानों ने सामाजिक परिवर्तन का कारण औद्योगिकरण ही माना है।

उद्योग किसी भी देश के विकास की आधारशिला होते हैं। यदि आप मुझे बता दें कि किस देश में कितना औद्योगिक विकास हुआ है, तो मैं बता सकता हूँ कि वह देश आर्थिक, सामाजिक एवं राजनैतिक दृष्टि से कितना विकसित है अर्थात् किसी भी देश की अर्थव्यवस्था का मापदण्ड वहाँ का औद्योगिक विकास होता है ।

विश्व के जिन देशों में औद्योगीकरण की गति मन्द है उन देशों को आज बहुत बड़ी सीमा तक अन्तराष्ट्रीय औद्योगिक अर्थव्यवस्था पर निर्भर रहना पड़ता है, उनके आयात में वृद्धि की अधिक प्रवृत्ति पायी जाती है, जिससे उनका भुगतान सन्तुलन बिगड़ जाता है और अन्ततः अर्थव्यवस्था पर विपरीत प्रभाव पड़ता है ।

भारत जैसे विकासशील देश में भी उद्योग-धन्धों की विशिष्ट भूमिका है। उद्योग द्वारा ही देश के आर्थिक विकास की गति मिली है। भारत में उद्योग का प्रारम्भ एवं विकास स्व-रोजगार हेतु निजी स्वामित्व के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र में कुटीर उद्योग, ग्रामोद्योग तथा लघु उद्योग से हुआ। असंगठित क्षेत्र वाक्यांश का

प्रयोग सामान्यतः संगठित क्षेत्र के विपरीत अर्थों में किया जाता है। अनौपचारिक आय उद्गम स्रोतों को असंगठित क्षेत्र माना जाता है। लगभग समस्त उत्पादक क्रियाओं यथा-कृषि, निर्माण, विनिर्माण, खनन, परिवहन और सेवाओं का एकाग्र असंगठित क्षेत्र में पाया जाता है।

प्रस्तुत शोध के अन्तर्गत देश के औद्योगिक विकास के साथ असंगठित क्षेत्र के उद्योगों की स्थिति पर सूक्ष्म दृष्टिपात करते हुए देश में स्थापित विभिन्न प्रकार के उद्योगों में से साबुन उद्योग पर विशेष ध्यानाकर्षण करने का प्रयास किया गया है।

इस शोध के अन्तर्गत समिष्ट अध्ययन संभव नहीं है इसलिए शोध का क्षेत्र विस्तार इलाहाबाद जनपद तक सीमित किया गया है क्योंकि औद्योगिक दृष्टि से इलाहाबाद जनपद अन्य क्षेत्रों की अपेक्षा विकसित है किन्तु इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग में सलग्न इकाइयों की स्थिति एवं विकास समुचित न होने के कारण साबुन उद्योग की विपणन सम्बन्धी समस्याओं एवं उनके उपचारात्मक उपाय हेतु सुझाव देने का प्रयास किया गया है।

प्रस्तुत शोध प्रबन्ध क्षेत्र 9 अध्यायों के अन्तर्गत समस्त आंकड़ों एवं सूचनाओं से सुसज्जित करते हुए अति सूक्ष्म विश्लेषण के साथ व्यवस्थित करके क्रमबद्ध रूप से प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है यह विशद अध्ययन को संक्षिप्त रूप से प्रस्तुत करके परिपूर्णता पाने का विनम्र प्रयास है।

प्रथम अध्याय में असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्याओं को जनपद इलाहाबाद के संदर्भ में शोध कार्य की सम्पूर्ण रूपरेखा



अध्ययन का क्षेत्र, अध्ययन की परिकल्पना, अध्ययन का उद्देश्य एवं अध्ययन की विधि तथा सीमाओं को प्रस्तुत किया गया है।

द्वितीय अध्याय के अन्तर्गत भारत में औद्योगिक विकास-समेकित परिदृश्य, उद्योग का आशय, उद्योग का विभाजन, औद्योगिक विकास, नीतिगत प्रावधान, औद्योगिक सवृद्धि, औद्योगिक विकास की वर्तमान स्थिति तथा औद्योगिक विकास की अपर्याप्तता को प्रस्तुत किया गया है।

तृतीय अध्याय के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र-परिकल्पना एवं विस्तार, असंगठित क्षेत्र की विशिष्टतायें, असंगठित क्षेत्र के सघटक, असंगठित क्षेत्र का योगदान, नीतिगत कार्यक्रम एवं योजनाएँ तथा असंगठित क्षेत्र की समस्याओं को प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है।

चतुर्थ अध्याय के अन्तर्गत साबुन उद्योग का उद्भव एवं विकास, साबुन का वर्गीकरण, विशिष्ट गुणवत्ता वाले प्रमुख साबुन, साबुन तथा डिटरजेंट का उत्पादन, साबुन एवं डिटरजेंट की उपयोगिता, साबुन उद्योग का दुष्प्रभाव, साबुन उद्योग की समस्याएँ एवं समाधान तथा साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग की वर्तमान स्थिति का अवलोकन किया गया है।

पांचवे अध्याय के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग, साबुन एवं अपमार्जक उद्योग का क्रमिक विकास, साबुन बनाने की विधियाँ, साबुन निर्माण के प्रमुख तत्व, असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग की समस्याएँ, सरकार की भूमिका, सरकारी भूमिका की आवश्यकता तथा उत्पादित साबुन में व्याप्त कमियों पर दृष्टिपात करने का प्रयास किया गया है।

षष्ठम अध्याय मे इलाहाबाद जनपद की सामाजिक, आर्थिक तथा भौगोलिक समीक्षा मनोरम ढंग से प्रस्तुत करने का सतत् प्रयास किया गया है । इसके अन्तर्गत जनपद की भौगोलिक प्रास्थिति, प्रशासनिक ढाँचा, ससाधन विश्लेषण, जनपद मे विकास कार्यक्रम का सचालन, शिक्षा, बैंक एव वित्तीय सस्थाएँ, उद्योग एव औद्योगिक अवस्थापना तथा जनपद मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग को दर्शाया गया है ।

सातवे अध्याय के अन्तर्गत विपणन, विपणन नियोजन, विपणन नीतियाँ तथा इलाहाबाद जनपद मे असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों द्वारा अपनायी जाने वाली विपणन विधियों को प्रस्तुत किया गया है।

आठवें अध्याय के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग के विपणन सम्बन्धी समस्याओं एवं उनके उपचारात्मक उपाय प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है।

नवें अध्याय में शोध प्रबन्ध का सार एवं विषय वस्तु की प्रासंगिकता को ध्यान मे रखते हुए समीचीन सुझाव प्रस्तुत किये गये हैं ।

### **साभारोक्ति :**

प्रस्तुत शोध के अद्यन्त स्वरूप की सम्पूर्णता मे जिस ऋषिवत शोध निर्देशक करुणा की मूर्ति एव विद्वता के व्यास मेरे पूज्य गुरु डा० प्रदीप जैन वरिष्ठ प्रवक्ता, वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के प्रति आजीवन ऋणी रहूँगा । जिन्होंने मेरे शोध अध्ययन के हर स्थिति परिस्थिति पर अपना बहुमूल्य सुझाव दिग्दर्शन, उत्साहवर्धन एव सहयोग प्रदान किया है । यह उनकी ही सतत् प्रेरणा एव स्नेहाशीष के परिणाम स्वरूप कार्य पूर्ण हो सका ।

मै महाप्रज्ञ मनीषी अर्थशास्त्र के उदीयमान नक्षत्र प्रो० पी०एन०मेहोत्रा (अधिष्ठाता वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग) इलाहाबाद विश्वविद्यालय इलाहाबाद का पूर्णतया आभारी हूँ । जिन्होंने सदैव अपने आशीर्वचनो से अभिसिंचित कर मुझे इस दिशा में आगे बढ़ने की प्रेरणा दी ।

मै वाणिज्य जगत के सशक्त हस्ताक्षर एव उत्कृष्ट गुणो के आगार तथा वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय के अध्यक्ष प्रो० कृष्ण मूर्ति शर्मा का आभारी हूँ जिन्होंने सदैव अपने आशीर्वचनो से अभिसिंचित कर मुझे भविष्य में इस दिशा में आगे बढ़ने की प्रेरणा दी है । वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग के अपने गुरुजन वृन्द प्रो० सरफराज अहमद असारी, प्रो० आलोक श्रीवास्तव, डा० एच० के सिंह, डॉ० राधेश्याम सिंह, डॉ० आर०के०सिंह का सादर आभारी हूँ जिन्होंने मेरे शोध कार्य के प्रत्येक स्तर पर मुझे बहुमूल्य सुझाव प्रदान किया ।

मै वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग के पूर्व विभागाध्यक्ष प्रो०जी०सी०अग्रवाल एव प्रो० जगदीश प्रकाश, प्रो० पी०सी० शर्मा का श्रद्धावन्त हूँ जिन्होंने मुझे आगे बढ़ने की प्रेरणा दी ।

मुझे इस जगह पर पहुँचाने के लिए अपने पूज्य गुरु डा० जगदीश नारायण मिश्र, उपाचार्य वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग इलाहाबाद विश्वविद्यालय के प्रति मै परम कृतज्ञ हूँ । जिन्होंने मुझे हर स्थिति परिस्थिति में हताश नहीं होने दिया तथा उनके स्नेहाशीष आशीर्वाद एव अमूल्य सहयोग की छाया से ही मै इस शोध कार्य को पूर्ण किया । मै ईश्वर से प्रार्थना करता हूँ कि मुझे सदैव इनकी छत्र-छाया प्राप्त होती रहे ।

मै, अनिद्य, अगणित गुणो के आगार अपने परम श्रद्धेय पूज्य गुरु डॉ० बट्टी विशाल त्रिपाठी का (इलाहाबाद डिग्री कालेज, इलाहाबाद) विशेषतया आभारी हूँ। जिन्होंने अपने उत्कृष्ट गुणो से मुझे सदैव सहयोग दिया ।

मै, बहुमुखी प्रतिभा के धनी वाणिज्य जगत के उच्चकोटि के विद्वान डॉ० श्याम कृष्ण पाण्डेय के उत्कृष्ट सहयोग के लिए आजीवन ऋणी रहूँगा तथा मै इन सरस्वती के वरद पुत्र की दीर्घायु की कामना करता हू।

मै, कमलवत् गुणो से परिपूर्ण, कमल (डॉ० कमलेश कुमारी पालीवाल) एव डॉ० मौसमी घोष (प्रवक्ता हिन्दी, राजीव गांधी पी०जी०कालेज, कोटवा, जमुनीपुर, इलाहाबाद) का विशेष आभारी हूँ। जिन्होंने अपना अनन्य सहयोग तथा समय-समय पर शोध कार्य पूर्ण करने के लिए प्रोत्साहित किया, जिससे मुझे शोध कार्य पूर्ण करने में सरलता का अनुभव हुआ ।

मै श्री प्रभाकर त्रिपाठी का विशेष आभारी हूँ जिन्होंने मुझे आवश्यकतानुसार न केवल शोध कार्य के लिये प्रोत्साहित किया बल्कि बड़े भाई अपनत्व एव शोध कार्य की पूर्णता के लिये प्रत्येक स्तर पर सहयोग प्रदान किया ।

मै अपने परममित्र डॉ० जितेन्द्र नाथ द्विवेदी एव वाणिज्य विभाग के मेरे सहपाठी श्री प्रबल प्रताप सिंह तोमर, डा०राजेश केशरी, विजय तिवारी, सुनील कुमार तिवारी, बी०पी०मिश्र, रुद्र प्रभाकर मिश्र, सुरेश चन्द्र द्विवेदी, गंगा प्रसाद पाण्डेय, पी०एन० पाण्डेय, श्री अरविन्द कुमार तिवारी (साहित्य रत्न) को साधुवाद व धन्यवाद देता हूँ । जिनके सहयोग एव सानिध्य में यह शोध कार्य पूर्ण कर सकने में मुझे सरलता हुई ।

मै विशेष सुविधाओं के लिये लघु उद्योग सेवा संस्थान नैनी इलाहाबाद के सम्बर्द्धन प्रवर्तन अधिकारी श्री एस०पी० मिश्र का मै ऋणी रहूँगा जिन्होंने मुझे शोध कार्य के लिये

न केवल आवश्यक सामग्री उपलब्ध कराया बल्कि शोध कार्य के मार्गदर्शन हेतु मुझे जिला उद्योग केन्द्र कानपुर एव उद्योग निदेशालय कानपुर तथा एच०बी०आई०टी०, कानपुर के रसायन विभागाध्यक्ष तक पहुँचाने में मेरी यथासम्भव मदद की ।

जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद के स्टेनो श्री आर०के०यादव के प्रति मैं आभार व्यक्त करता हूँ । जिनके द्वारा मुझे आवश्यक सामग्री समय-समय पर उपलब्ध होती रही ।

मेरी आत्मा को इस शरीर में आकार देने वाले साक्षात् जागृति एव जीवित देव स्वरूप मेरी माता श्रीमती रमराजी मिश्रा एव मेरे पिता श्री राम समुझ मिश्र का स्नेह एव आशीर्वाद सदैव बना रहे एव इस तरह के महत्वपूर्ण कार्यों को करने की प्रेरणा मिलती रहे ऐसा मैं सौभाग्यशाली बना रहूँ तथा ईश्वर से प्रार्थना करता हूँ कि इस धरती पर मेरा जन्म हो तो इन करुणा की मूर्ति माता-पिता की सन्तान होने का सौभाग्य मुझे प्रत्येक जन्म में प्राप्त होता रहे ।

मैं अपने पूज्यनीय चाचा जी श्री एव श्रीमती देवी प्रसाद मिश्र, बड़े भाई श्री अशोक कुमार मिश्र, श्री इन्द्र कुमार मिश्र के चरणों में कोटिश प्रमाण अर्पित करता हूँ जिनकी शुभाशंसा और आशीर्वाचनों से ही यह कार्य पूर्ण कर सका ।

मैं अपनी जीवन सगिनी कोमलता की साक्षात् प्रतिमूर्ति श्रीमती इन्द्रावती मिश्रा के प्रति हृदयवान हूँ । जिन्होंने विषम परिस्थितियों में सहनशीलता का परिचय देते हुए अनन्य उत्साहवर्धन कर शोध कार्य के लिए प्रेरित किया । वास्तव में शोध कार्य सम्पन्न करने में इनकी पूर्ण भागीदारी निहित है ।

मेरे अनुज राकेश कुमार मिश्र, वेद प्रकाश मिश्र तथा बहन श्रीमती सुधा तिवारी, जो आशीर्वाद एव धन्यवाद देता हूँ जिन्होंने मुझे शोधकार्य पूर्ण करने में विशेष सहयोग प्रदान किया ।

अन्त मे, मै अपने इस शोध प्रबन्ध को इतने सुन्दर ढंग से व समय पर मुद्रित करने के लिए कॉमटेक कम्प्यूटर सेन्टर, शिवपुरी कालोनी, गोविन्दपुर इलाहाबाद के श्री प्रेम प्रकाश श्रीवास्तव व पकज श्रीवास्तव को विशेष रूप से धन्यवाद देना चाहूँगा जिनके सहयोग से ही मै इसे समय पर प्रस्तुत कर सका।

अतत इस शोध ग्रन्थ की पूर्णत हेतु मै उन सभी के प्रति अपनी कृतज्ञता ज्ञापित करता हूँ कि जिनके नाम मेरी स्मृति के परिधि मे इस क्षण नहीं रहे हैं ।

वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग

इलाहाबाद विश्वविद्यालय इलाहाबाद

दिनांक

  
(राजेन्द्र कुमार मिश्र)

## प्राक्कथन

### तालिका सूची

अध्याय 1-	प्रस्तावना, अध्ययन क्षेत्र, विधि एवं सकल्पनाए	1 - 8
2	भारत में औद्योगिक विकास-समेकित परिदृश्य	9 - 33
3	असंगठित क्षेत्र: परिकल्पना एवं विस्तार	34 - 59
4	साबुन उद्योग का उद्भव और विकास	60 - 89
5.	असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग	90 - 115
6	इलाहाबाद जनपद का संक्षिप्त परिचय	116 - 144
7	असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन के विपणन की विधियाँ	145 - 162
8	विपणनगत समस्याएँ एवं उपचारात्मक उपाय	163 - 198
9	निष्कर्ष एवं सुझाव	199 - 218
	सन्दर्भ ग्रन्थ सूची	219 - 223
	परिशिष्टियाँ	I - XXVI

# तालिका सूची

तालिका सख्या		पृष्ठ सख्या
2 1	औद्योगिक सवृद्धि दर	23
2 2	औद्योगिक सूचकांक भार 1993-94	25
2 3	औद्योगिक उत्पादन की वार्षिक वृद्धि दर (प्रमुख उद्योग)	25
2 4	औद्योगिक उत्पादन के सूचकांक	27
2 5	औद्योगिक उत्पादन	29
2 6	उपयोग आधारित वर्गीकरण के आधार पर औद्योगिक उत्पादन की वृद्धि दर	30
2 7	औद्योगिक विकास दर	32
3 1	संगठित और असंगठित क्षेत्र का शुद्ध राष्ट्रीय उत्पादन में अंश	44
3 2	संगठित और असंगठित क्षेत्र में रोजगार	45
3 3	असंगठित क्षेत्र में रोजगार	46
4 1	प्रमुख देशों में प्रति व्यक्ति वार्षिक उत्पादन दर	75
4 2	देश में साबुन एवं डिटरजेंट का कुल उत्पादन	76
4 3	विश्व में साबुन एवं डिटरजेंट का प्रति व्यक्ति उपभोग	78
4 4	साबुन तथा डिटरजेंट की अनुमानित माँग	79
6 1	साबुन एवं अपमार्जक उद्योग की पंजीकृत इकाईयाँ	143



# પ્રથમ અધ્યાય

## अध्याय - 1

### अध्ययन क्षेत्र, परिकल्पना, शोध विधि एवं सीमाएँ

#### प्रस्तावना

उद्योग किसी भी देश के विकास की आधार शिला होते हैं। कौन सा देश विकास की किस स्थिति से गुजर रहा है। यह उस देश के उद्योग धंधों की दशा देखते ही ज्ञात हो जाता है। भारत सामाजिक एवं आर्थिक विकास असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत लघु, अति लघु एवं ग्रामोद्योग पर आधारित था तथा आधुनिक औद्योगीकरण की रीढ़ परम्परागत रूप में अनियमित, अव्यवस्थित एवं विकेंद्रित अवस्था में संचालित असंगठित क्षेत्र के उद्योग ही हैं। वरन् इन्हें आधुनिक औद्योगीकरण का जन्मदाता कहा जा सकता है। प्राप्त ऐतिहासिक कथानकों एवं पाण्डुलिपियों से ज्ञात होता है कि पूर्व भारत, इन उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुओं के लिए विश्वविख्यात था। परन्तु अंग्रेजी शासकों की दमनकारी नीति ने इनकी कमर तोड़ दी। और इनके अस्तित्व पर प्रश्न चिन्ह लग गया।

स्वतंत्रता के बाद तत्कालीन सरकार ने इन उद्योगों में पुनः प्राण फूंकने का प्रयास किया, जिसकी झलक सरकार द्वारा बनायी गयी औद्योगिक नीतियों से स्पष्ट होती है। जिनमें सरकार द्वारा इस क्षेत्र के विकास के लिए कुछ उपभोक्ता परक विशेष वस्तुओं का उत्पादन आरक्षित किया गया। प्रथम एवं द्वितीय औद्योगिक नीति में इस क्षेत्र को वित्तीय सहायता प्रदान करने की व्यवस्था भी की गयी थी।

स्वतंत्रता के पूर्व एवं पश्चात् कुछ दशकों तक साबुन उद्योग मुख्यतः असंगठित क्षेत्र में ही था। साबुन उद्योग देश का प्राचीन उद्योग है। जिसका प्रादुर्भाव वस्त्र उद्योग समकक्ष हुआ माना जा सकता है। साबुन का उपयोग किसी न किसी रूप में आदि काल से होता आ रहा है। जो कि पूर्व वैदिक ग्रन्थों से ज्ञात होता है प्रारम्भ में साबुन

का उत्पादन देश प्रचलित छोटे-छोटे, कुटीर एव ग्रामोद्योग द्वारा किया जाता था। जिन्हे असंगठित क्षेत्र की सजा प्रदान की जा सकती है। इस क्षेत्र में परम्परागत रूप से नहाने का साबुन, कपड़ा धोने का साबुन एव डिटर्जेंट का उत्पादन किया जाता था। आधुनिक परिवर्तित सामाजिक रीति-रिवाज एव फैशन की माग एव बढ़ती हुई आवश्यकताओं के अनुरूप पूर्ति न हो पाने तथा साबुन उद्योग के विकास की संभावनाएँ विद्यमान होने के कारण संगठित क्षेत्र में भी साबुन उद्योग की इकाईयाँ स्थापित हुई। जिनके द्वारा नहाने का साबुन, कपड़ा धोने का साबुन एव डिटर्जेंट का अधिकाधिक मात्रा में तथा गुणवत्ता युक्त उत्पादन किया गया। संगठित क्षेत्र उत्पाद के विक्रय हेतु विपणन की आधुनिक तकनीकी का प्रयोग कर सम्पूर्ण साबुन बाजार पर एकाधिकार स्थापित कर लिया।

संगठित क्षेत्र द्वारा वर्तमान विशिष्टता और विशेषज्ञता के युग में अलग-अलग कार्यों के लिए विशिष्ट गुणवत्ता युक्त विविध साबुन तैयार किये जा रहे हैं। फैक्ट्रियो, कारखानों तथा कार्यस्थलों में काम करने वाले निम्न वर्गीय उपभोक्ताओं हेतु सस्ते तथा उच्च वर्गीय परिवारों के उपयोग हेतु महंगे सभी प्रकार के साबुनों का उत्पादन किया जाने लगा। परिणामस्वरूप असंगठित क्षेत्र के समक्ष उत्पादित साबुनों के विक्रय में कठिनाईयाँ आने लगी धीरे-धीरे इनकी स्थिति खराब होती गयी और अधिकांश इकाईयाँ बन्द होने के कगार पर आ गयी। अतः यह आवश्यक हो गया कि इन इकाईयों के बन्द होने के वास्तविक कारणों की जानकारी प्राप्त करने के लिए असंगठित क्षेत्र में साबुन का उत्पादन करने वाली इकाईयों के सम्बन्ध में अध्ययन किया जाए।

### **अध्ययन का क्षेत्र**

प्रस्तुत शोध कार्य का अध्ययन क्षेत्र शोधार्थी द्वारा सम्पूर्ण देश में साबुन उद्योग

की स्थिति पर प्रकाश डालने का प्रयास किया गया है। परन्तु शोध विषय के शीर्षक “असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्याएँ” जनपद इलाहाबाद के विशेष सन्दर्भ के अनुसार जनपद इलाहाबाद पर केन्द्रित किया गया है। यह प्राचीन काल से उत्तर प्रदेश का केन्द्र बिन्दु रहा है। जनपद को प्रयाग के नाम से जाना जाता है। कहा जाता है कि प्रजापति ब्रह्म जी कई हजार वर्षों तक प्रयाग में घोर तपस्या की थी। इसलिये यह प्रयाग के नाम से विख्यात था। जनपद के सामाजिक, आर्थिक एवं नैतिक उत्थान को सुनिश्चित करने के उद्देश्य से अप्रैल 1997 को राज्य सरकार द्वारा जनपद कौशाम्बी का सृजन कर जनपद इलाहाबाद का पुनर्गठन किया गया।

इलाहाबाद जनपद इलाहाबाद मण्डल के पूर्वी क्षेत्र में स्थित है। विभाजन से पूर्व जनपद का भौगोलिक क्षेत्रफल 7261 वर्ग किमी० था। पुनर्गठन के पश्चात जनपद इलाहाबाद का क्षेत्रफल घट कर 5437.2 वर्ग किमी० तथा जनपद कौशाम्बी का 1823.8 वर्ग किमी० हो गया। जनपद की प्रशासनिक व्यवस्था सुनिश्चित करने के उद्देश्य से वर्ष 1997-98 में मेजा तहसील को पुनर्गठित कर कोराव तहसील का सृजन किया गया। जनपद को 8 तहसीलों तथा 20 विकास खण्डों में बाटा गया है। जनपद में कुल 2978 ग्राम हैं। जिसमें आबाद ग्रामों की संख्या 2799 तथा गैर आबाद ग्रामों की संख्या 179 है।

इस शोध कार्य का अध्ययन क्षेत्र असंगठित क्षेत्र में स्थापित साबुन उद्योगों की इकाईयाँ की विपणन सम्बन्धी समस्याओं को सीमित रखा गया है। समस्याओं के उत्पन्न होने के वास्तविक कारणों का अध्ययन करना तथा उनके निदान के लिए आवश्यक सुझाव प्रस्तुत करना है —

### **शोध कार्य की परिकल्पना :**

शोध कार्य कुछ मान्यताओं एवं परिकल्पनाओं पर आधारित होता है। इस शोध

कार्य का अध्ययन इस आधारिक परिकल्पना पर आधारित है कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्याओं का आकलन एवं उनके समाधान हेतु उपाय किया जा सके, जिससे कि भविष्य में असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विकास को गति मिल सके। यह शोध कार्य अग्रलिखित उप-परिकल्पनाओं पर आधारित है –

- 1 असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के उत्पादों की माग में निरन्तर कमी हो रही है।
- 2 असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के कुल उत्पादन की मात्रा में निरन्तर कमी हो रही है।
- 3 असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग में कार्यरत उत्पादन इकाईयों की संख्या में निरन्तर उच्चावचन रहा है।
- 4 असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन, इलाहाबाद जनपद के बाजारों में उपलब्ध नहीं हो रहे हैं।
- 5 इस उद्योग में असंगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाईयों का भविष्य उज्ज्वल नहीं है।

### **शोध कार्य का उद्देश्य**

आवश्यकता ही आविष्कार की जननी है। यदि वस्तु की आवश्यकता अधिकाधिक पड़ने लगती है तो उसे प्राप्त करने की कार्यवाही स्वतः प्रारम्भ हो जाती है। आवश्यकता के अनुसार अध्ययन के लिए एक उद्योग विशेष का चयन किया गया है जो भविष्य में इस उद्योग के तर्क सगत अध्ययन के लिए उपलब्ध हो सके।

आधुनिक भू-मण्डलीय व्यावसायिक जगत में औद्योगिक इकाईयों की स्थापना तथा उत्पादन करना अपेक्षाकृत आसान है जबकि उत्पादित वस्तु का विपणन करना

कठिन कार्य है। साबुन उत्पाद एक उपभोक्ता परक वस्तु है जिसका उत्पादन असंगठित एव संगठित दोनों क्षेत्रों में हो रहा है। जहाँ एक ओर संगठित क्षेत्र के हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड के हाई पावर सर्फ डिटर्जेंट पाउडर की धूम है तो वहीं पर दूसरी ओर निरमा वाशिंग पाउडर ने भी बाजार में तहलका मचा रखा है। साथ ही विभिन्नरंग, रूपों और मूल्य श्रृंखला में नहाने के साबुन, कपड़ा धोने के साबुन (डिटर्जेंट) एव अन्य उत्पादों से बाजार धरे पड़े हैं। ऐसी स्थिति में असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित साबुन का तुलनात्मक रूप से प्रतिस्पर्धा करके विपणन करना हथेली पर दही जमाने के समान है। असंगठित क्षेत्र के समक्ष विपणन की समस्याओं को ध्यान में रखते हुए इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के सदस्यों में अध्ययन करना, तथा तथ्य परक उद्देश्यों को ध्यान में रखना तर्क संगत है जिससे इस निष्कर्ष पर पहुँचा जा सके कि समस्या की उत्पत्ति का मूल कारण क्या है एव इसका क्या कोई समाधान संभव है ? अतः उक्त परिप्रेक्ष्य में अध्ययन के निम्न उद्देश्य हैं ।

- 1 असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एव डिटर्जेंट की बाजार में अनुपलब्धता के कारणों का पता लगाना ।
- 2 सर्वेक्षण द्वारा इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग की इकाईयों के उत्पादित साबुन, डिटर्जेंट एव अन्य साबुन उत्पादों का विपणन कैसे, कहा और किस मूल्य श्रृंखला पर किया जाता है ?
- 3 इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के लिए उपलब्ध बाजार का सर्वेक्षण एव मूल्यांकन करना ।
- 4 सर्वेक्षण के आधार पर इलाहाबाद जनपद में स्थापित असंगठित क्षेत्र में स्थापित साबुन उद्योग की इकाईयों से सम्बन्धित समस्याओं का अवलोकन करना ।

- 5 इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयों को उपभोक्ताओं एवं विक्रेताओं को उनकी आवश्यकतानुसार उपलब्धता हेतु सुझाव देना।
- 6 इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग से सम्बन्धित इकाईयों के विपणन समस्या के समाधान हेतु अवस्थापनागत समस्याओं का अध्ययन करना।
- 7 इलाहाबाद जनपद की असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयों द्वारा प्रयोग की जाने वाली विपणन विधियों का अध्ययन करना।
- 8 इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयों द्वारा उत्पादित साबुन उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं की प्रवृत्ति का अध्ययन करना।
- 9 असंगठित क्षेत्र में स्थापित साबुन उद्योग की इकाईयों की समस्याओं के सम्बन्ध में सुझाव देना एवं भावी दिशा निश्चित करना।

### शोध विधि

अध्ययन कार्य की सफलता के लिए शोधार्थी द्वारा प्राथमिक एवं द्वितीयक दोनों प्रकार से सकलित सूचनाओं की सहायता ली गयी है। प्राथमिक सूचनाएँ शोधार्थी के व्यक्तिगत सर्वेक्षण, अवलोकन, प्रयोगात्मक एवं पैनल के माध्यम से एकत्रित किये गये हैं। सर्वेक्षण के समय प्रश्नावली के माध्यम से सूचनाएँ एकत्रित की गयी हैं। प्रश्नावली इस प्रकार से तैयार की गयी थी कि जिससे उपभोक्ता तथा उत्पादक से सूचनाएँ तथ्य, मत एवं अभिप्रेरणाएँ प्राप्त की जा सकें। जिन सूचनाओं को प्रश्नावली के माध्यम से सकलित नहीं किया जा सका उनके लिए शोधार्थी द्वारा अवलोकन विधि का प्रयोग किया गया। जबकि द्वितीयक सूचनाओं का शोधार्थी द्वारा जिला उद्योग केन्द्र, इलाहाबाद, लघु उद्योग सेवा सस्थान नैनी, लघु उद्योग सेवा सस्थान कानपुर, उद्योग निदेशालय कानपुर, अर्थ एवं सख्या कार्यालय इलाहाबाद, खादी ग्रामोद्योग प्रशिक्षण

संस्थान जघर्ई इलाहाबाद से प्राप्त प्रपत्रो एव समाचार पत्र पत्रिकाओ की सहायता ली गयी है। विवरणात्मक तथ्यो के लिए उच्च स्तर के विद्वानो के लेखो, पुस्तको तथा वित्तीय सहायता प्रदान करने वाले अभिकरणो से प्राप्त लेख पत्रो का सहारा लिया गया है।

शोधार्थी द्वारा प्राथमिक एव द्वितीय स्रोतो से प्राप्त सूचनाओ का तुलनात्मक अध्ययन करने का प्रयास किया गया है। इसके लिए साख्यिकी की दैव निदर्शन और प्रतिदर्श चयन विधियो का प्रयोग किया गया है। प्राप्त सूचनाओ का विश्लेषण करते समय उनकी शुद्धता पर विशेष बल दिया गया है। विश्लेषण से प्राप्त निष्कर्षो को उनके मूल रूप मे ही स्वीकार किया गया है। उन्हे किसी प्रकार से परिवर्तित नही किया गया है।

#### **शोध कार्य की सीमाए :**

शोध कार्य शोधार्थी द्वारा यथा सभव पूर्ण सावधानी के साथ किया गया है। फिर भी शोध कार्य मे कुछ कमिया विद्यमान हो सकती है क्योकि सदर्थ स्रोत मे अधिकतर आकडे प्राथमिक सूचनाओ से प्राप्त किये गये है कुछ द्वितीयक स्रोत पर आधारित आकडो के द्वारा भी सहयोग लिया गया है। अत उन प्राथमिक एव द्वितीयक स्रोतो पर आधारित सूचनाओ की सीमा भी शोध ग्रन्थ मे प्रस्फुटित हो सकती है। शोधार्थी के द्वारा सम्पूर्णता पाने का अथक प्रयास किया गया है। किन्तु यह भी एक तथ्य है। कि सम्पूर्णता देश एव काल से बाधित होती है।

इसके अतिरिक्त यह भी ध्यान देना होगा कि शोध का कार्यकाल साधारतया मार्च 2002 तक सीमित है जबकि औद्योगिक विकास एव इलाहाबाद जनपद से सम्बन्धित आकडे एव सूचनाये वर्ष 2001 तक सीमित है।



इसके अतिरिक्त असंगठित क्षेत्र एवं साबुन उद्योग से सम्बन्धित आकड़े एवं सूचनाये वर्ष 1999-2000 तक सीमित है तथा इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग से सम्बन्धित आकड़े केवल मार्च 2002 तक ही प्राप्त है ।

आद्यतन स्थिति के सन्दर्भ में शोध ग्रन्थ में प्रस्तुत सभी अध्ययन सामग्री से प्राप्त तथ्य एवं निष्कर्ष वर्तमान सदर्भ में तथ्यगत एवं सुसंगत होंगे ऐसी आशा है ।

# દ્વિતીય અધ્યાય

## भारत में औद्योगिक विकास - समेकित परिदृश्य

उद्यमिता मानव की नैसर्गिक प्रवृत्ति है हुनर और कारीगरी मनुष्य की रचना में ही निहित है। संभवतः इसी कारण मनुष्य का अँगूठा उसकी अन्य सभी उंगलियों को स्पर्श कर सकता है। औद्योगिक विकास का शुभारम्भ मानव के उदय के साथ जुड़ा हुआ है। जैसे-जैसे मानव अपनी बुद्धि के बल पर सांस्कृतिक विकास करता गया उसी के समानान्तर वह औद्योगिक विकास करता गया, मानवीय सभ्यता की प्रारम्भिक अवस्था में मानव की आवश्यकता अत्यन्त सीमित थी वह आखेट करके भोजन एकत्रित करता था उसने पत्थरों की रगड़ से अग्नि की खोज की तथा पहिये का आविष्कार किया, मानव ने मिट्टी के बर्तनों का निर्माण करके औद्योगिकीकरण की आधारशिला रखी।

आखेटक अवस्था के पश्चात् मानव ने स्थानान्तरित कृषि व्यवस्था में कदम रखा जिसके लिए उसे सामूहिक रूप से संगठित होकर स्थाई निवास की आवश्यकता महसूस हुई। अतः वह अधिवास का प्रारम्भिक रूप मिट्टी, लकड़ी, घास-फूस आदि से निर्मित मकान के रूप में परिलक्षित हुए। इस प्रकार वह अपनी मूलभूत आवश्यकताओं की पूर्ति करने लगा था। निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि मानवीय आवश्यकताओं में हुई शनैः-शनैः वृद्धि ने औद्योगिक विकास में वृद्धि को जन्म दिया क्योंकि आवश्यकता ही आविष्कार की जननी है। प्रारम्भिक अवस्था में औद्योगिक विकास अत्यन्त धीमी गति से हुआ। उद्योगों का विकास 18वीं शताब्दी से प्रारम्भ हुआ जिसकी गति 18वीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में ब्रिटेन की औद्योगिक क्रांति के कारण तीव्र हो गयी।

## उद्योग का आशय

उद्योग किसी भी व्यवस्थित तथा क्रमबद्ध कार्य को कहते हैं। इसमें सभी तरह के आर्थिक कार्य सम्मिलित किये जाते हैं। इस प्रकार उद्योग के अन्तर्गत प्राथमिक आर्थिक कार्यों जैसे – अति साधारण ढंग से मछली मारने, शिकार करने, वन उत्पाद संग्रहण करने आदि से लेकर जटिल प्रक्रिया द्वारा वस्तु विनिर्माण एवं व्यापार आदि सभी कार्य सम्मिलित होते हैं।<sup>1</sup>

उद्योग का आशय उस आर्थिक कार्य से है जिसमें उपयोगी वस्तुओं का निर्माण किया जाता है या सेवा कार्य का जन्म होता है। उद्योग के द्वारा प्रकृति प्रदत्त पदार्थों की उपयोगिता बढ़ाकर उन्हें उपयोग अथवा विक्रय योग्य बनाया जाता है।<sup>2</sup> वस्तुओं एवं सेवाओं के लिए किया गया मानवीय एवं शारीरिक श्रम ही उद्योग है। मनुष्य द्वारा अपने जीविकोपार्जन के लिए किया गया कोई भी कार्य जिससे किसी वस्तु या सेवा का सृजन होता है उद्योग कहलाता है।

उद्योग के अन्तर्गत समस्त मानवीय क्रियाएँ शामिल की जाती हैं जिनका उद्देश्य वस्तुओं के उत्पादन विक्रय या हस्तान्तरण से वांछित लाभ अर्जित करते हुए समाज की आवश्यकताओं की पूर्ति की जाती है।

## उद्योग का विभाजन

उद्योग के विविध पक्षों को विभिन्न स्वरूपों में देखा जा सकता है। निष्कर्षण उद्योग, पुनरुत्पादक उद्योग, वस्तु निर्माण उद्योग, सहायक उद्योग एवं ऐसे सभी आर्थिक कार्य जो पृथ्वी में संचित अथवा पृथ्वीतल पर पाये जाने वाले ससाधनों को मनुष्य की आवश्यकता पूर्ति के लिए सीधे ग्रहण करने से सम्बन्धित हैं। उन्हें निष्कर्षण

---

1. सिंह काशी नाथ, सिंह जगदीश . आर्थिक भूगोल के तत्व पृष्ठ 319

2 डा० मेहरोत्रा एव०सी०, डॉ० गुप्ता बी०एम० व्यवसायिक संगठन एवं प्रबन्ध पृष्ठ 3

उद्योग कहते हैं।<sup>3</sup> इस प्रकार उद्योगों की सामान्यतः विनिर्माण सामग्री पूँजी तथा संगठनात्मक व्यवहार के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है —

**क विनिर्माण सामग्री के आधार पर**

- 1 उत्खनन या खनिज उद्योग
- 2 रसायनिक उद्योग
- 3 कृषि पर आधारित उद्योग
- 4 पशुओं पर आधारित उद्योग

**ख पूँजी के आधार पर**

- 1 कुटीर उद्योग
- 2 लघु उद्योग
- 3 बृहद पैमाने के उद्योग

**ग संगठनात्मक ढाँचे के आधार पर**

- 1 सार्वजनिक क्षेत्र
  - 2 निजी क्षेत्र
- क संगठित क्षेत्र
- ख असंगठित क्षेत्र

**क विनिर्माण सामग्री के आधार पर**

विभिन्न प्राकृतिक ससाधनों या पदार्थों को पदार्थों को एकत्रित एवं परिमार्जित करके परिष्कृत एवं उपयोगी सामग्री तैयार करना । जिसका उपयोग उपभोक्ता अपनी आवश्यकतानुसार कर सके, वस्तुओं को अधिक उपयोगी स्वरूप में बदलना ही विनिर्माण कहलाता है ।

## (i) उत्खनन या खनिज उद्योग

प्रकृति द्वारा निशुल्क उपलब्ध भूमि के आन्तरिक सतह में छिपे विभिन्न खनिज एवं रसायनों की खोज पृथ्वी के धरातल पर उपयोग हेतु खनन क्रिया द्वारा निकालना उत्खनन या खनिज उद्योग कहलाता है। उदाहरणार्थ – कोयला उद्योग, पोर्टलैंड सीमेंट उद्योग, लौह अयस्क उद्योग, अभ्रक उद्योग, खनिज तेल उद्योग, पत्थर खनन उद्योग, कोयला से कोक उद्योग, आदि।

## (ii) रसायनिक उद्योग

रसायनिक उद्योग के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार के रसायनों को सम्मिलित किया जाता है। कार्बनिक – अकार्बनिक रसायन, हल्के या भारी रसायन, कार्बनिक रसायनिक पदार्थ के योगिक हैं। जिनमें पौधों तथा जानवरों की भाँति कार्बन परमाणु होते हैं।

अकार्बनिक रसायन जो वायुमण्डलीय गैसों, खनिजों, जल तथा जीविका जीवधारियों के मल-मूत्र से निर्मित पदार्थों के बने होते हैं।<sup>4</sup> हल्के रसायनों में कोयले से कीटनाशक पाउडर, रंग, कार्बोलिक एसिड, विस्फोटक उर्वरक, कृत्रिम रेशे, कृत्रिम रबड़ आते हैं।

भारी रसायनिक पदार्थों के अन्तर्गत सल्फ्यूरिक एसिड, सोडा एश, कार्बोनाट सोडा, क्लोरीन, नाइट्रिक एसिड (सोडा अम्ल), एसिटिक एसिड, हाइड्रोक्लोरिक एसिड आदि।<sup>5</sup> साबुन एवं डिटरजेंट के निर्माण में भारी रसायनिक पदार्थ कच्चे माल के रूप में प्रयोग किये जाते हैं। ये रसायनिक पदार्थ, सल्फ्यूरिक एसिड, सोडा एश, कार्बोनाट सोडा आदि हैं।

---

4 डॉ० सिंह अमर, डॉ० राजा मेहदी ससाधन एवं संरक्षण भूगोल पृष्ठ 351

5 डॉ० कौशिक एस०डी०, शर्मा अरुणेश कुमार ससाधन भूगोल पृष्ठ 501

### (iii) कृषि पर आधारित उद्योग

भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि जीविकोपार्जन का प्रमुख व्यवसाय है। देश की राष्ट्रीय आय का अधिकांश भाग कृषि क्षेत्र से अर्जित होता है। अतः कृषि उत्पाद तथा कृषि पर आधारित उद्योगों के विकास पर विशेष जोर दिया जाना चाहिए। कृषि पर आधारित उद्योग यथा—वस्त्र उद्योग, चीनी उद्योग, खाद्य तेल उद्योग, मसाला उद्योग, दाल मिल उद्योग, आटा मिल उद्योग, चावल मिल उद्योग, मशरूम उत्पादन कृषि से सम्बन्धित उपकरण निर्माण उद्योग आदि।

### (iv) पशुओं पर आधारित उद्योग

पशुओं पर आधारित उद्योग कृषि उद्योग पर निर्भर करते हैं। कृषि के विकास के साथ ही पशु पर आधारित उद्योग का विकास सम्भव है। वरन् एक दूसरे के सहायक उद्योग की सहायता दी जा सकती है। पशु पर आधारित उद्योग सुअर पालन, भेड़ एवं बकरी पालन, दुग्ध उत्पादन उद्योग, चर्म उद्योग, ऊन उद्योग आदि।

### (ख) पूँजी के आधार पर

उद्योगों में पूँजी निवेश की सीमा को सरकार द्वारा समय—समय पर परिवर्तित किया जाता रहा है। जिसके आधार पर उद्योग के विभिन्न स्वरूप परिलक्षित होते हैं।

#### (i) कुटीर उद्योग

कुटीर उद्योग मुख्य रूप से व्यक्तिगत आधार पर निजी साधनों एवं परिवार के सदस्यों की सहायता से पूर्णकालिक अथवा अशकालिक व्यवसाय के रूप में चलाये जाते हैं। इसमें मुख्यतः हस्तशिल्प उद्योग, कताई—बुनाई, ढलाई उद्योग, गुड़ एवं खाण्डसारी, लकड़ी के खिलौने, कालीन उद्योग, जड़ी बूटियों का संग्रह करना, सूत काटना, पत्थरों की मूर्तियाँ बनाना, माचिस की तीलियाँ बनाना, बीड़ी बनाना, दोना—पत्तल बनाना, सुतली की रस्सी बनाना, ईंट बनाना, चमड़े काट कर जूते बनाना आदि।

## (ii) लघु उद्योग -

लघु उद्योग से आशय ऐसे औद्योगिक प्रतिष्ठानों से है जिसमें सरकार द्वारा जारी की गयी अधिसूचना संख्या 857 के अनुसार स्थायी सम्पत्तियों (सयंत्र एवं मशीनरी) में पूँजी निवेश 3 करोड़ रुपये से अधिक न हो की सीमा निर्धारित की गयी थी जिसमें 29 अप्रैल 1998 को निवेश की सीमा घटाकर एक करोड़ रुपये कर दी गई है। प्रतिष्ठान चाहे निजी स्वामित्व या पट्टे अथवा किराये पर हो।<sup>6</sup>

## (iii) वृहद उद्योग

वृहद पैमाने के उद्योग का सूत्रपात औद्योगिक क्रान्ति के पश्चात हुआ। इसमें अत्यधिक पूँजी निवेश तथा सुदृढ़ प्रबन्धकीय ढाँचा होता है। उद्योग का संचालन सुव्यवस्थित एवं संगठित रूप से किया जाता है। वृहद औद्योगिक प्रतिष्ठानों में उच्च पदाधिकारियों तथा निम्न पदाधिकारियों के मध्य आपस में सामंजस्य होता है। ये उद्योग विभिन्न स्वरूपों में विद्यमान हैं जैसे—लोहा एवं इस्पात उद्योग, सूती वस्त्र उद्योग, जूट उद्योग, पटशन उद्योग, बड़े रसायन उद्योग, चीनी उद्योग, उर्वरक उद्योग, आटोमोबाइल उद्योग, इंजीनियरिंग उद्योग आदि।

## (ग) सगठनात्मक ढाँचे के आधार पर

सगठनात्मक ढाँचे से आशय किसी औद्योगिक संस्थान में सम्बन्धित विभिन्न साधनों जैसे — मानव, माल, मशीन आदि के मध्य उद्योग की सवृद्धि के लिए प्रभावपूर्ण सुसंगठन स्थापित करना है। इस आधार पर उद्योग को निम्न दो क्षेत्रों में वर्गीकृत किया जाता है।

### (i) सार्वजनिक क्षेत्र :

ऐसे औद्योगिक व्यवसायिक वाणिज्यिक एवं सेवार्थ संस्थाएँ जिनका प्रबन्धकीय



नियन्त्रण तथा स्वामित्व केन्द्र सरकार, राज्य सरकार, अथवा स्थानीय निकायो के आधीन है । सस्थान का कार्य सचालन स्वयं या सम्मिलित रूप से अथवा निजी उपक्रमों के साथ सम्मिलित रूप से किया जाता है, सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योग कहलाते हैं । इस क्षेत्र में प्रमुखतः सिंचाई एवं बिजली परियोजनाएँ, रेलवे, डाक और तार, आयुध कारखाने तथा अन्य विभागीय उपक्रम, बैंकिंग, बीमा, वित्त तथा अन्य सेवाएँ शामिल हैं ।

## **(ii) निजी क्षेत्र**

निजी क्षेत्र के अन्तर्गत ऐसे औद्योगिक, व्यवसायिक, वाणिज्यिक एवं सेवार्थ सस्थाएँ जिनका प्रबन्धकीय नियन्त्रण एवं स्वामित्व निजी व्यक्तियों या सस्थाओं के पास होता है । और जिनका कार्य सचालन उनके द्वारा स्वयं अकेले या सामूहिक रूप से किया जाता है, को शामिल किया जाता है । इस क्षेत्र में उद्योग निम्न दो स्वरूपों में परिलक्षित होते हैं ।

### **(क) असंगठित क्षेत्र**

साधारणतः अनौपचारिक आय, उदगम स्रोतों को असंगठित क्षेत्र माना जाता है । उत्पादन पद्धति, उत्पादन संरचना और संगठन की क्रियाशीलता को ध्यान में रखते हुए यह कहा जा सकता है कि असंगठित क्षेत्र से आशय विभिन्न वस्तुओं और सेवाओं की उन उत्पादक क्रियाओं से है जो साधारणतः निजी स्तर पर कम पूँजी से छोटे पैमाने पर अनियंत्रित उत्पादन संरचना के आधार पर की जाती हैं। उत्पादन प्रक्रिया में सलग्न परिवार ही व्यवसायगत प्रतिफल के स्वामी होते हैं ।

### **(ख) संगठित क्षेत्र :**

औपचारिक रूप से कृषि और गैर कृषि क्षेत्र की उन सभी औद्योगिक इकाइयों को संगठित क्षेत्र की इकाईयाँ माना जाता है और जिनमें नियुक्ति सीधे या किसी

अभिकरण द्वारा की जाती है। सगठित क्षेत्र की इकाइयाँ मानी जाती है।<sup>7</sup> इनका संचालन विभिन्न व्यक्तियों या संस्थाओं द्वारा सगठित रूप से मिलकर किया जाता है।

### औद्योगिक विकास

विश्व के किसी भी राष्ट्र का विकास, उस राष्ट्र के औद्योगिक विकास पर बहुत निर्भर करता है। आज जो भी राष्ट्र विकास के क्षेत्र में शीर्षस्थ माने जा रहे हैं, वहाँ औद्योगिक क्षेत्र का विकास सर्वप्रथम हुआ। चाहे वह संयुक्त राज्य अमेरिका हो, जापान, रूस, ब्रिटेन या जर्मनी हो, सभी राष्ट्रों ने उद्योगों को विकसित करने की प्राथमिकता दी। औद्योगिक विकास अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ करने अतिरिक्त श्रम को उत्पादक बनाने, राष्ट्रीय आय में वृद्धि करने तथा आय एवं सम्पत्ति की असमानता को कम करने में सहायक है। विदेशी व्यापार के असन्तुलन को सन्तुलित, औद्योगिक विकास के माध्यम से किया जा सकता है।<sup>8</sup>

उद्योग किसी भी राष्ट्र के विकास की आधारशिला होते हैं। कौन सा देश विकास की किस स्थिति से गुजर रहा है। यह उस देश के उद्योग धन्धों की दशा देख कर ज्ञात हो जाता है। आज विश्व के अनेक देशों की अपेक्षा छोटा सा देश जापान इसलिए विकसित देशों की श्रृंखला में सम्मिलित है, क्योंकि वहाँ के उद्योग पूर्ण विकसित स्थिति को प्राप्त हो चुके हैं। वहाँ औद्योगिक विकास में आ रही क्रान्ति तकनीकी एवं नये अनुसन्धान देश की प्रगति में चार चाँद लगा रहे हैं।<sup>9</sup>

भारत प्राचीन काल से ही औद्योगिक राष्ट्र के रूप में विश्व विख्यात था। यहाँ के परम्परागत उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुओं की माँग विश्व के लगभग सभी देशों में

---

7 खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, खादी ग्रामोद्योग भारत में असंगठित क्षेत्र पृष्ठ 3

8 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था “नियोजन एवं विकास” पृष्ठ 320

9 सूचना और प्रसारण मंत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत सरकार योजना अंक 16-30

सितम्बर 1990, पृष्ठ 9

थी यह कथन सत्य था कि ढाका का बना हुआ मलमल इतनी अच्छी गुणवत्ता का होता था कि एक मीटर मलमल अँगूठी के बीच से निकाला जा सकता था। प्रारम्भ में यूरोप के लोग भारत के परम्परागत उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुओं को क्रय करने के उद्देश्य से आये जो धीरे-धीरे बढ़ कर व्यापारिक रूप ले लिया तथा भारतीय वस्तुओं का यूरोपीय बाजारों में अधिपत्य सा हो गया जिसके प्रतिरोध में आम जनता द्वारा अत्यधिक विरोध व्यक्त किया गया। जिसके फलस्वरूप विदेशियों ने हमारे देश से कच्चा मान ले जाकर अच्छी गुणवत्ता एवं सस्ते मूल्य पर वस्तुओं का उत्पादन अपने देश में करने लगे। यह वस्तुएँ भारत के परम्परागत उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुओं से प्रतिस्पर्धा करने लगी और उन यूरोपीय वस्तुओं की माँग बढ़ने लगी जो अन्ततः परम्परागत उद्योगों के हित पर कुठाराघात हुआ तथा उद्योगों की विनाशलीला प्रारम्भ हो गयी। देश में आधुनिक उद्योगों का विकास 18वीं शताब्दी से हुआ। मुख्यतः भारतीय पँजी एवं उद्यम से सन् 1854 में सूती वस्त्र उद्योग का शुभारम्भ हुआ, 19वीं शताब्दी के अन्त तक सूती वस्त्र, जूट, कोयला खनन उद्योग ही विकसित हो सके थे।<sup>10</sup> औद्योगीकरण की प्रक्रिया को गति स्वतन्त्रता के पश्चात् मिली, अत्यन्त निम्न स्तरीय ढाँचे को सुविचारित प्रयासों से नीतिगत प्रावधानों के अनुसार सुदृढ़ तथा विविधीकृत करने का प्रयास किया गया।

### नीतिगत प्रावधान

औपनिवेशिक शासन में भारतीय अर्थव्यवस्था में निरन्तर ह्रास की प्रवृत्ति बनी रही, जब देश को राजनैतिक स्वतन्त्रता मिली तो गरीबी, बेरोजगारी, विषमता आदि समस्याएँ देश को विरासत में प्राप्त हुईं। तत्कालीन राष्ट्रीय सरकार देश की इन विभिन्न समस्याओं के निवारण हेतु औद्योगिक विकास के मार्ग को पशस्त करने के

---

10 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था “नियोजन एवं विकास” पृष्ठ 321

लिए नीतिगत प्रावधानों का अनुसरण किया।

### **सन् 1947 में उपभोक्ता वस्तु उद्योग की प्रधानता**

सन् 1947 में राजनैतिक स्वतन्त्रता मिलने के समय देश में औद्योगीकरण की स्थिति सन्तोषजनक नहीं थी। अंग्रेज शासकों की विदाई के पश्चात् राष्ट्रीय सरकार का गठन हुआ। उस समय सरकार के समक्ष सबसे प्रमुख समस्या विभिन्न प्रकार के विस्थापितों के निवास एवं भोजन की व्यवस्था करना था। उसी समय देश में भीषण अकाल पड़ा हुआ था जो अत्यधिक प्रलयकारी था। तत्कालीन राष्ट्रीय सरकार सर्वप्रथम जीवन की मूल आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए कृषि क्षेत्र से प्राप्त उत्पादन की प्रक्रिया करने वाले उद्योगों पर विशेष ध्यान दिया क्योंकि ब्रिटिश शासकों की दमनकारी नीति के फलस्वरूप जो उद्योग बचे थे वे भी अत्यन्त जीर्ण-शीर्ण अवस्था में थे, इस प्रकार इन उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ मूलतः उपभोक्ता प्रधान थीं। सरकार द्वारा विद्यमान उद्योगों को पुनः जीवित करने तथा औद्योगीकरण के मार्ग को प्रशस्त करने के लिए औद्योगिक नीति प्रस्ताव 1948 पारित किया गया।

### **सन् 1948 में औद्योगिक नीति प्रस्ताव**

सन् 1947 में स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद भारत आर्थिक विकास के मार्ग पर अग्रसर हुआ, देश में औद्योगिकीकरण की शुरुआत अप्रैल 1948 में पारित औद्योगिक नीतिगत प्रस्ताव द्वारा की गयी। प्रस्ताव द्वारा यह प्रयास किया गया कि उपभोक्ता वस्तुओं के उत्पादन के साथ विद्यमान बीमार औद्योगिक इकाइयों को पुनर्निर्माण किया जाय, इस नीतिगत प्रस्ताव में मिश्रित अर्थव्यवस्था का उद्देश्य रखा गया। औद्योगिक नीति प्रस्ताव में सार्वजनिक क्षेत्र को प्राथमिकता प्रदान करने के साथ निजी उद्योगपतियों को भी उपयुक्त अवसर प्रदान किये गये, इस प्रस्ताव में विभिन्न विचारधाराओं — समाजवाद, गान्धीवाद तथा उदारवाद के मध्य समन्वय स्थापित करने

का प्रयास किया गया। 1948 की औद्योगिक नीति में यह व्यवस्था की गयी थी कि सार्वजनिक क्षेत्र और निजी क्षेत्र आपस में एक दूसरे के साथ मिल कर कार्य करें, तथा लघु एवं कूटीर उद्योगों को संरक्षण प्रदान करें। इस प्रकार 1948 का औद्योगिक नीति प्रस्ताव मिश्रित अर्थव्यवस्था का पोषक था। सरकार ने औद्योगिक नीति के माध्यम से 3 (तीन) उद्योगों को पूर्णतः अपने अधिकार में रखा। इस वर्ग में क्रमशः आयुध निर्माण उद्योग, आणविक शक्ति का उत्पादन और रेल यातायात का स्वामित्व एवं प्रबन्ध सम्मिलित किया गया तथा छ आधारभूत उद्योग जिनका नियमन और नियन्त्रण सरकार ने अपने हाथ में लिया तथा नयी इकाई प्रारम्भ करने का अधिकार सरकार को ही था इस वर्ग में क्रमशः कोयला उद्योग, लोहा व इस्पात उद्योग, वायुयान निर्माण उद्योग, जलयान निर्माण उद्योग, टेलीफोन व बेतार उपकरण उद्योग तथा खनिज तेल उद्योग रखे गये थे। शेष सभी उद्योगों की स्थापना और संचालन में निजी उद्यम और सहकारी क्षेत्र को पूर्ण स्वतंत्रता दी गयी थी। परन्तु यह व्यवस्था की गयी थी की आवश्यकता पड़ने पर सरकार हस्तक्षेप कर सकती है।

### **1956 में नई औद्योगिक नीति प्रस्ताव**

औद्योगिक नीति 1948 के अपनाये जाने के उपरान्त देश में अनेक आर्थिक एवं राजनीतिक परिवर्तन हुये । जिसके फलस्वरूप दूसरी औद्योगिक नीति प्रस्ताव 1956 में पारित किया गया । 1956 की औद्योगिक नीति का घोषणा प्रस्ताव औद्योगिक क्षेत्र के विकास में एक अति महत्वपूर्ण घटना है । और उसके बाद घोषित औद्योगिक नीतियों का आधार यह नीति प्रस्ताव ही रहा,<sup>11</sup> औद्योगिक नीति प्रस्ताव द्वारा सार्वजनिक क्षेत्र का विस्तार कर 17 उद्योगों को शामिल किया गया । जिसमें प्रथम चार उद्योगों पर सरकार का पूर्णतः एकाधिकार और शेष 13 उद्योगों की नवीन इकाइयों को नवीन क्षेत्र

---

11 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था “नियोजन एवं विकास” पृष्ठ 330,331

मे खोले जाने की व्यवस्था की गयी । इस वर्ग मे क्रमश अस्त्र-शस्त्र, आणविक ऊर्जा, रेल वायु यातायात, कोयला और लिगनाइट, खनिज तेल, लौह अयस्क, जिप्सम, गंधक, स्वर्ण एव हीरो का खनन, ताबों, सीसा, जस्ता, विद्युत उपकरण, वुलफ्रैम का खनन, और प्रक्रिया, परमाणु ऊर्जा, टेलीफोन, टेलीफोन के तार, टेलीग्राफ और बेतार उपकरण आदि शामिल है । औद्योगिक नीति 1956 मे सार्वजनिक क्षेत्र के साथ निजी क्षेत्र के सहयोग की अपेक्षा की गयी । निजी क्षेत्र से सहयोग प्राप्त करने के उद्देश्य से सरकार ने इस वर्ग मे 12 उद्योगो को शामिल किया । इस वर्ग के उद्योगो की नई इकाई की स्थापना साधारणतः सरकार द्वारा ही की जायेगी । इस वर्ग मे मुख्य रूप से लौह मिश्र धातु उद्योग, उर्वरक उद्योग, सड़क व जल परिवहन, जीवाणु नाशक दवा उद्योग, रसायन उद्योग आदि सम्मिलित है ।

औद्योगिक नीति प्रस्ताव मे शेष सभी उद्योगो का विकास निजी क्षेत्र के उद्यम और लगन पर निर्भर रहेगा । इस औद्योगिक नीति के दौरान सार्वजनिक क्षेत्र मे 3 बड़े इस्पात कारखाने स्थापित किए गये, उड़ीसा मे राउरकेला इस्पात कारखाना, पश्चिमी बंगाल मे दुर्गापुर इस्पात कारखाना, मध्य प्रदेश मे भिलाई इस्पात कारखाना लगाये गये । इन भारी उद्योगो के साथ, सूती वस्त्र उद्योग, जूट उद्योग, सीमेन्ट, चाय, कागज, खनन उद्योग का भी विस्तार किया गया ।

सन् 1973 मे औद्योगिक नीति 1956 के प्रावधान मे कुछ परिवर्तन कर उच्च प्राथमिकता वाले उद्योगो की पहचान की गई जिनमे बड़े औद्योगिक घरानो और विदेशी कम्पनियो को पूँजी लगाने की अनुमति दी गयी क्योकि यह अनुभव किया गया कि सभी उद्योगो को सरकार नही चला सकती ।<sup>12</sup>

---

12 सूचना और प्रसारण मंत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत सरकार योजना अंक नवम्बर 1998 पृष्ठ 3

## 1977 का नीतिगत प्रस्ताव (आयात प्रतिस्थापन एवं निर्यात प्रोत्साहन पर बल)

23 दिसम्बर 1977 की जनता सरकार ने औद्योगिक नीति 1956 की विक्रतियों को दूर करने के उद्देश्य से एक नई औद्योगिक नीति की घोषणा की, और उद्योग के सम्बन्ध में नीति का आधार, 1956 का औद्योगिक नीति प्रस्ताव था । जनता सरकार की नीति का प्रधान उद्देश्य छोटे पैमाने के क्षेत्र का विकास था । नीति वक्तव्य में साफ कहा गया, "अभी तक औद्योगिक नीति का बल मुख्यतः भारी उद्योगों पर रहा है, कुटीर उद्योग तो पूर्णतया उपेक्षित रहे हैं, छोटे उद्योगों का कार्य भाग मामूली रहा है । नयी औद्योगिक नीति का मुख्य बल लघु तथा कुटीर उद्योगों को प्रभावी रूप में प्रोत्साहित करना है ताकि वे ग्रामीण क्षेत्रों और छोटे कस्बों में बहुत अधिक फैल जाय । सरकार की नीति यह है कि जो कुछ भी लघु एवं कुटीर उद्योगों द्वारा उत्पादन हो सकता है । निश्चय ही उनके द्वारा बनाया जाना चाहिये ।" सरकार ने लघु एवं कुटीर उद्योगों के लिए आरक्षित सूची में जहाँ पहले 180 मदे थी औद्योगिक नीति में इसका विस्तार कर इसमें मार्च 1978 तक 807 मदे शामिल की गयी ।<sup>13</sup> इस औद्योगिक नीति में निर्यातोन्मुख माल तथा बड़े पैमाने पर उपयोग होने वाली वस्तुओं का उत्पादन बढ़ाने पर जोर दिया गया । आयात प्रतिस्थापन और निर्यात प्रोत्साहन की दिशा में विशेष जोर दिया गया । क्योंकि भारत में 1950-51 में मशीनों के सदर्भ में आयातों पर निर्भरता 80 प्रतिशत थी। जिसे कम करना था ।

## आर्थिक एवं औद्योगिक उदारीकरण नीतिगत प्रस्ताव 1991 .

देश में औद्योगिक क्षेत्र में उदारीकरण की प्रक्रिया सन् 1985 से प्रारम्भ हो गयी थी। जब उद्योगों पर लगे प्रतिबन्ध जिससे उनका विकास अवरुद्ध होता था हटाये जाने लगे तथा देश में उद्योगों के क्षेत्रीय असन्तुलन को दूर करने के लिए पिछड़े क्षेत्रों में

---

13 दत्त रुद्र, सुन्दर के०पी० एम०, भारतीय अर्थव्यवस्था पृष्ठ 157, 158

उद्योग लगाने पर कई रियायते और राहते प्रदान की जाने लगी थी।

औद्योगीकरण के क्षेत्र में स्पष्ट उदारीकरण 24 जुलाई 1991 की ससद में पारित नई औद्योगिक नीति प्रस्ताव से परिलक्षित होता है जो औद्योगीकरण के क्षेत्र में 1956 के पश्चात एक क्रान्तिकारी परिवर्तन था। औद्योगिक नीति द्वारा औद्योगिक उदारीकरण के साथ आर्थिक उदारीकरण के मार्ग को पशस्त कर दिया गया। तीव्र औद्योगिक विकास के लिए उद्योगों को प्रशासनिक एवं कानूनी नियन्त्रण से मुक्त कर दिया गया। एकाधिकार प्रतिबन्धात्मक व्यापार व्यवहार अधिनियम (MRTP Act) को सशोधित किया गया। विदेशी पूँजी के आयात में वृद्धि करने के उद्देश्य से कम्पनियों में विदेशी पूँजी निवेश की सीमा को 40% से बढ़ाकर 51% कर दिया गया जिससे अब विदेशी कम्पनियों को प्रबन्ध संचालन का अधिकार दे दिया गया।

1991 की आर्थिक नीति में उदारीकरण की प्रक्रिया को अधिक प्रभावी और तीव्र बनाने का प्रयास किया गया है। यह नीति देश की अर्थव्यवस्था को काफी हद तक अविनियमित करती है।<sup>14</sup> औद्योगिक नीति का मुख्य उद्देश्य उद्यमशीलता को प्रोत्साहित करना, औद्योगिकी को उन्नत करना, अन्तर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धात्मकता प्राप्त करना तथा उत्पादकता और रोजगार के अवसरों में वृद्धि करना है।

औद्योगिक नीति प्रस्ताव द्वारा सार्वजनिक क्षेत्र के लिए 6 उद्योगों को आरक्षित कर शेष सभी उद्योगों में निजी क्षेत्र के प्रवेश की सुविधा प्रदान की गयी। आरक्षित छ उद्योग – प्रतिरक्षा उत्पाद, आणविक ऊर्जा, कोयला और लिगनाइट, खनिज तेल, रेल परिवहन एवं आणविक ऊर्जा से सम्बद्ध खनिज उत्पाद सरकारी क्षेत्र के लिए सुरक्षित है। नई औद्योगिक नीति के अनुसार 15 उद्योगों को छोड़कर अन्य सभी उद्योगों को लाइसेन्स व्यवस्था से मुक्त रखा गया है। अब केवल हानिकारक रसायनों, दवाइयाँ, शराब, सिगरेट, मोटर कार जैसे कपितय उत्पादों के लिए ही लाइसेन्स लेने की



आवश्यकता है। इससे नई औद्योगिक इकाइयों का सृजन तथा पूर्ववत् विद्यमान इकाइयों को अपनी क्षमता प्रसार में कई वैधानिक और प्रशासनिक औपचारिकताओं को पूरा नहीं करना पड़ेगा।

### औद्योगिक सवृद्धि

औद्योगीकरण की प्रक्रिया में उत्पादन वृद्धि को सवृद्धि का केन्द्र बिन्दु माना है। औद्योगिक सवृद्धि अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रों में संरचनात्मक परिवर्तन तथा औद्योगिक क्षेत्र के समस्त उत्पादन में निरन्तर वृद्धिमान प्रवृत्ति से है। सवृद्धि एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें सकल राष्ट्रीय उत्पादन दीर्घ काल तक बढ़ता रहता है। औद्योगिक सवृद्धि की दर का मापन करने के लिए औद्योगिक विकास सूचकांक का प्रयोग यन्त्र के रूप में किया जाता है। सूचकांक के माध्यम से औद्योगिकीकरण के विभिन्न पहलुओं, उत्पादन के स्तर में होने वाली वृद्धि या गिरावट की जानकारी प्राप्त होती है। औद्योगिक प्रगति की सही स्थिति सूचकांक से स्पष्ट दिखायी पड़ती है।

**तालिका 2.1 - औद्योगिक सवृद्धि दर :**

क्रमांक	अवधि	उत्पादन लक्ष्य (प्रतिशत में)	औसत वार्षिक सवृद्धि दर (प्रतिशत में)
1	2	3	4
1	प्रथम योजना	—	8 0
2	द्वितीय योजना	—	8 2
3	तृतीय योजना	14 0	7 8
4	चतुर्थ योजना	8 0	5.0
5	पाचवी योजना	7 0	5 3
6	छठी योजना	7 0	5 5
7	सातवी योजना	8 7	8 5
8	आठवी योजना	7 5	7 24
9	नौवी योजना	8 2	—

स्रोत - विभिन्न पंचवर्षीय योजना रिपोर्ट

तालिका 21 से स्पष्ट है कि औद्योगिक सवृद्धि सातवी योजना का सर्वाधिक 85 प्रतिशत रही। जो निर्धारित लक्ष्य 87 प्रतिशत के लगभग बराबर रही। सबसे कम सवृद्धि दर चतुर्थ पंचवर्षीय योजना काल में 50 प्रतिशत जो निर्धारित लक्ष्य 80 प्रतिशत से काफी कम रही। तृतीय योजना काल में निर्धारित लक्ष्य 140 प्रतिशत जो कि विभिन्न योजनाओं में सर्वाधिक था को प्राप्त नहीं कर पाये और औसत दर 78 प्रतिशत ही रही। इस प्रकार यह स्पष्ट होता है कि प्रारम्भिक योजना काल में सवृद्धि दर लगभग एक समान रही। चतुर्थ योजना काल से सवृद्धि दर में लगातार गिरावट होती रही जो आकर सातवी योजना काल में वृद्धि दर्ज हो पायी।

### औद्योगिक सूचकांक

“देश में सन् 1950 से औद्योगिक उत्पादन सूचकांक का प्रकाशन मासिक श्रृंखलाओं के रूप में किया जाता है। औद्योगिक उत्पादन सूचकांक में समय-समय पर सशोधन, उद्योगों की अवसररचना में हुए परिवर्तनों को प्रदर्शित करने के लिए, तुलनात्मक आधार को अपेक्षाकृत हाल की अवधि में परिवर्तित करके, उद्योगों के विस्तार का पुनरीक्षण करते हुए किया जाता है।”

देश में सूचकांक की शुरुआत होने के समय से आधार वर्ष 1946 था, तत्पश्चात् आधार वर्ष को, वर्ष 1951, 1956, 1970, 1980-81 की विभिन्न समय अवधियों में सशोधित किया गया है। वर्तमान समय से जून 1995 में सांख्यिकी विभाग द्वारा स्थापित तकनीकी सलाहकार समिति की सिफारिशों के आधार पर औद्योगिक उत्पादन सूचकांक को अब 1993-94 आधार वर्ष माना गया है।

औद्योगिक विकास सूचकांक में उद्योगों की वार्षिक समीक्षा के परिणामों के आधार पर मदों का चुनाव किया गया है। नई-श्रृंखला 1993-94 में लघु उद्योग क्षेत्र से 18 मदों को शामिल किया गया है। जो 1980-81 की श्रृंखला से सम्बन्धित है।

1993-94 की श्रृंखला में वर्ष 1980-81 की श्रृंखलाओं में अपनाए गए एन०आई०सी 1970 की तुलना में एन०आई०सी० 1987 के वर्गीकरण को अपनाया गया है। वर्ष 1980-81 की श्रृंखला में औद्योगिक उत्पादन की मदों एवं संख्या के भारित सूचकांक की तुलना में 1993-94 को नई श्रृंखला के अनुसार भारित सूचकांक का विवरण निम्नवत है

**तालिका 2.2 औद्योगिक सूचकांक**

क्रमांक	औद्योगिक उत्पादन क्षेत्र	मदों की संख्या		भारित	
		1980-81	1993-94	1980-81	1993-94
1	2	3	4	5	6
1	विनिर्माण	290	478	77.11	79.36
2	खनन	61	64	11.46	10.47
3	विद्युत	1	1	11.43	10.17
	योग	352	543	100	100

स्रोत - आर्थिक समीक्षा 1998-99, पृष्ठ, 100 (भारित 100 का प्रतिशत है।)

**तालिका 2.3 औद्योगिक उत्पादन की वार्षिक वृद्धि दर (प्रमुख उद्योग)**

(आधार वर्ष 1993-94 = 100)

क्रमांक	वर्ष	खनन (टन)	विनिर्माण	विद्युत (किलोवाट)	सामान्य
	भार	10.4, 11.5	79.4, 77.1	10.2, 11.4	100, 100
1	2	3	4	5	6
1	1981-82	17.7	7.9	10.2	9.3
2	1985-86	4.1	9.7	8.5	8.7
3	1990-91	4.5	9.0	7.8	8.2
4	1994-95	9.8	9.1	8.5	9.1
5	1995-96	9.7	14.1	8.1	13.0
6	1996-97	(- ) 1.9	7.3	4.0	6.1
7	1997-98	6.9	6.7	6.6	6.7
8	1998-99	(- ) 0.8	4.4	6.5	4.1
9.	2000-2001	3.7	5.3	4.0	5.0

स्रोत – आर्थिक समीक्षा के विभिन्न अंक (भार 1994-95 तक खनन 10.4, विनिर्माण 79.4, विद्युत 10.2, सामान्य 100 तथा उसके बाद के वर्षों में क्रमशः 11.5, 77.1, 11.4, 100.0)

तालिका 2.3 से स्पष्ट है कि औद्योगिक उत्पादन की वृद्धि का आकलन उद्योग समूहों की वार्षिक वृद्धि दर से ज्ञात किया जा सकता है। तालिका 2.3 में विभिन्न समूहों की वार्षिक वृद्धि दर प्रतिशत की गयी है। तालिका से प्रदर्शित आंकड़ों से स्पष्ट है कि औद्योगिक उत्पादन ने वर्ष 1997-98 में 6.7 प्रतिशत की उच्च वृद्धि दर्ज की जबकि वर्ष 1996-97 में यह 6.1 प्रतिशत थी। वर्ष 1997-98 में सुधार का कारण खनन और विद्युत उत्पादन का बेहतर कार्य निष्पादन था। जिसने वर्ष 1996-97 में क्रमशः 1.9 प्रतिशत और 4 प्रतिशत की तुलना में 6.0 प्रतिशत और 6.6 प्रतिशत की उच्च वृद्धि दर्ज की। खनन की उच्च वृद्धि में कच्चे तेल के निष्पादन में सुधार और पनबिजली के उन्नत कार्य निष्पादन के कारण विद्युत उत्पादन में सुधार होना था। वर्ष 1997-98 में 6.7 प्रतिशत पर विनिर्माण की वृद्धि लगभग पिछले वर्ष के स्तर पर ही बनी रही, वर्ष 1998-99 में सामान्य उत्पादन वृद्धि घटकर 4.1 प्रतिशत हो गयी। जिसका प्रमुख कारण खनन क्षेत्र के उत्पादन में भारी गिरावट 0.8 प्रतिशत रही। जो पिछले वर्ष 1997-98 की वृद्धि 6.9 प्रतिशत की तुलना काफी कम है। विनिर्माण क्षेत्र में 1998-99 में वृद्धि 4.4 प्रतिशत जो पिछले वर्ष 1997-98 की वृद्धि 6.7 प्रतिशत से कम रही। वर्ष 1998-99 में विद्युत क्षेत्र का उत्पादन 6.5 प्रतिशत लगभग पिछले वर्ष के समान रहा। वर्ष 2000-01 में सामान्य औद्योगिक उत्पादन में वर्ष 1998-99 की अपेक्षा कुछ सुधार हुआ और वृद्धि दर 5.0 प्रतिशत हो गयी जिसमें खनन क्षेत्र में वृद्धि का महत्वपूर्ण योगदान था क्योंकि इस क्षेत्र में वर्ष 1998-99 की 0.8 वृद्धि दर की तुलना में 3.7 प्रतिशत वृद्धि दर्ज की गयी।

तालिका 2.4 औद्योगिक उत्पादन के सूचकांक

क्रम संख्या	उद्योग	भार		आधार वर्ष, 1980-81=100			आधार वर्ष 1993-94 = 100						
		1980- 81	1993- 94	1980- 81	1985- 86	1990- 91	1994- 95	1995- 96	1996- 97	1997- 98	1998- 99	1999- 2000	2000- 2001
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	खनन एव उत्खनन	11 46	10 47	117 7	167 5	221 2	109 8	120 5	118 2	126 4	125 4	126 7	131 4
2	विनिर्माण	77 11	79 36	107 9	136 9	207 8	109 1	124 5	133 6	142 5	148 8	159 4	167 9
3	विद्युत	11 43	10 17	110 2	152 4	236 8	108 5	117 3	122 0	130 0	138 4	148 5	154 4
4	सामान्य	100 00	100 00	109 3	142 1	212 6	109 1	123 3	130 8	139 10	145 2	154 9	162 7

स्रोत - आर्थिक समीक्षा 2001-2002

तालिका 2 4 से स्पष्ट है कि खनन, विनिर्माण, विद्युत और सामान्य उत्पादन का सूचकांक तीव्र गति से बढ़ा है। औद्योगिक उत्पादन की सामान्य सूचकांक आधार वर्ष 1980-81 के अनुसार 109 3 से बढ़कर वर्ष 1990-91 में 212 6 हो गया, इसी प्रकार आधार वर्ष 1993-94 के अनुसार औद्योगिक उत्पादन का सामान्य सूचकांक वर्ष 1994-95 में 109 1 की तुलना में बढ़कर 1998-99 में 145 2 हो गया जो अत्यधिक वृद्धि को प्रदर्शित करता है। खनन उद्योग में 1994-95 को 107 8 से बढ़कर 1998-99 में 125 4 हो गया, इसी प्रकार विनिर्माण तथा विद्युत में क्रमशः वर्ष 1994-95 में 109 1, 108 5 से बढ़कर 1998-99 में 148 8, 138 4 हो गयी जो तीव्र प्रगति को दर्शाती है। इसी प्रकार वर्ष 2000-01 में खनन एवं उत्खनन 1999-00 के उत्पादन 126 7 प्रतिशत की तुलना में बढ़कर 131 4 प्रतिशत हो गया । विनिर्माण में भी वृद्धि हुई । वर्ष 2000-01 में बढ़कर 1999-2000 के उत्पादन 159 4 प्रतिशत की तुलना में 167 9 प्रतिशत हो गया । विद्युत का उत्पादन सूचकांक 148 5 प्रतिशत से बढ़कर वर्ष 2000-01 में 154 4 हो गया । इसी क्रम में सामान्य उत्पादन सूचकांक वर्ष 1999-2000 के 154 9 की तुलना में वर्ष 2000-01 में बढ़कर 162 7 हो गया ।

तालिका 2 5 - औद्योगिक उत्पादन

क्रमांक	उद्योग	1950-51	1970-71	1998-99	1999-00	2000-01
1	2	3	4	5	6	7
1	कोयला (मि०टन)	32 8	76 3	315 7	322 1	332 6
2	कच्चा लोहा (मि०टन)	3 0	32.5	70 7	--	--
3	इस्पात (मि०टन)	1 0	4 5	23 8	27 2	29 3
4	नत्र जनित उर्वरक (लाख टन)	0 1	8 3	106 75	109 12	110 25
5	कागज (लाख टन)	1 2	7 5	31 17	34 59	38 9
6	सीमेन्ट (मि०टन)	2 7	14 3	88 0	100 4	99 5
7	पेट्रोलियम उत्पादन (मि०टन)	0 2	17 1	32 7	31 9	32 4
8	जूट उत्पादन (लाख टन)	8 4	10 6	15 8	15 9	NA
9	वस्त्र (करोड मी०)	421 5	777 2	1794 9	1898 9	1971 8
10	चीनी (लाखटन)	11 3	37 4	155 2	--	--
11	विद्युत उत्पादन (वि०कि०)	5 3	55 8	448.4	480 7	499.4

स्रोत - आर्थिक समीक्षा 2001-2002

औद्योगिक विकास की समीक्षा के लिए देश में हुई औद्योगिक प्रगति का स्पष्टीकरण विभिन्न उद्योगों के वार्षिक भौतिक उत्पादन में होने वाली वृद्धि रही है।

तालिका 2.5 से स्पष्ट है कि कुछ औद्योगिक वस्तु का उत्पादन सन् 1950-51 की तुलना में वर्ष 1998-99 तक कई गुना की वृद्धि हुई है। विभिन्न औद्योगिक उत्पाद जैसे -कोयला, लोहा, सीमेन्ट, वस्त्र कागज, पेट्रोलियम आदि के उत्पादन में महत्वपूर्ण सफलता प्राप्त हुई है। विद्युत उत्पादन वर्ष 1950-51 में 53 विलियन कि०वा० से बढ़कर वर्ष 1998-99 में 4486 विलियन किलोवाट था। वर्ष 2000-01 तक बढ़कर 4994 विलियन किलोवाट हो गया है।

औद्योगिक उत्पादन सूचकांक के निर्माण में विभिन्न उद्योगों को भार प्रदान किया जाता है। व्यापक रूप में भार सम्बन्धित उद्योगों के महत्व को प्रदर्शित करता है। इस प्रकार सूचकांक के भार में होने वाला परिवर्तन उद्योग के महत्व में हुए सापेक्षिक परिवर्तन को व्यक्त करता है।

#### तालिका 2.6 उपयोग आधारित वर्गीकरण के आधार पर उत्पादन की वृद्धि दर

1993-94=100 (प्रतिशत दर)

क्रमांक	क्षेत्र	1956	1976	1980	1993	1994-95	1999-00	2000-01
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	आधारिक उद्योग	22.1	36.1	39.4	35.5	9.6	5.5	3.9
2	पूँजी वस्तु उद्योग	4.7	16.8	16.4	9.3	9.2	6.9	1.8
3	माध्यमिक वस्तु उद्योग	24.6	19.3	20.5	26.5	5.3	8.8	4.7
4	उपभोगिता वस्तु उद्योग	48.6	27.8	23.7	28.7	12.1	5.7	8.0
5	सामान्य सूचकांक	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

स्रोत - आर्थिक समीक्षा - 2001-2002, पृष्ठ 165



तालिका 2 6 से स्पष्ट है कि सन् 1956 के बाद औद्योगिक एवं पूँजीगत उद्योगों के महत्व में काफी वृद्धि हुई परन्तु 1993 में कुछ कमी हुई है। तथा माध्यमिक एवं उपभोक्ता वस्तु उद्योगों के महत्व 1956 के बाद काफी कमी हुई और सन् 1980 के बाद इसका महत्व बढ़ा है। जैसा कि 1993 के भार से स्पष्ट होता है। इस प्रकार औद्योगिक ढाँचे में होने वाला परिवर्तन स्पष्ट होता है। नई औद्योगिक नीति 1991 लागू होने के पश्चात् वर्ष 94-95 से आधारिक उद्योग में निरन्तर कमी हो रही है। जिसकी वृद्धि दर 94-95 में 9.6 प्रतिशत से घटकर वर्ष 2000-01 में 3.9 प्रतिशत हो गयी यही क्रम सम्पूर्ण उद्योग क्षेत्र में बना है।

### औद्योगिक विकास की वर्तमान स्थिति

सरकार द्वारा औद्योगिक विकास सवृद्धि के प्रोत्साहन हेतु औद्योगिक उदारीकरण की नीति अपनायी गयी। जिसके परिणामस्वरूप औद्योगिक विकास को बल मिला। औद्योगिक विकास में और तीव्रता लाने के लिए सरकार ने औद्योगिक सुधारों को जारी रखा। जिसके तहत 1997-98 से कोयला और लिग्नाइट, पेट्रोलियम (अशोधित तेल के अतिरिक्त) और इसके शोधित उत्पाद, औषधियाँ तथा चीनी को लाइसेंस मुक्त कर दिया गया।<sup>16</sup>

औद्योगिक उत्पादन के सूचकांक संबंधी त्वरित अनुमानों के अनुसार 2000-01 में औद्योगिक उत्पादन की समग्र दर 5 प्रतिशत रही जबकि 1999-2000 में यह 6.7 प्रतिशत रही थी। वर्ष 2000-01 के दौरान खनन, विनिर्माण और बिजली क्षेत्रों की विकास दर क्रमशः 3.6 प्रतिशत, 5.3 प्रतिशत और 4 प्रतिशत रही। उपभोक्ता सामग्री क्षेत्र समग्र विकास दर 1999-2000 के 5.7 प्रतिशत के स्तर से बढ़कर 8 प्रतिशत हो गई। गैर टिकाऊ उपभोक्ता समान की क्षेत्र में 2001-02 के दौरान विकास दर 6.1

प्रतिशत रही, जबकि 1999-2000 में यह 32 प्रतिशत रही थी। टिकाऊ उपभोक्ता वस्तुओं की विकास दर 13.9 प्रतिशत रही वर्ष 2000-01 के दौरान मध्यवर्ती वस्तुओं, पूँजीगत साथ समान और बुनियादी समान की विकास दर क्रमशः 4.6 प्रतिशत, 1.7 प्रतिशत और 3.8 प्रतिशत रही।

विनिर्माण क्षेत्र में 14 श्रेणियों में विकास दर धनात्मक रही, इनमें से दो समूहों की विकास दर तो दो अकों में पहुँच गई। ये समूह हैं खाद्य उत्पाद (10.7 प्रतिशत) चमड़ा और फर वाले उत्पाद (10.6 प्रतिशत) रबड़ प्लास्टिक, पेट्रोलियम और कोयला उत्पाद (10.7 प्रतिशत) और मशीनरी और उपकरणों को छोड़ कर अन्य धात्विक उत्पाद और हिस्से-पुर्जे (15.2 प्रतिशत) फोन औद्योगिक समूहों कागज और कागज उत्पाद, मुद्रण, प्रकाशन और सवृद्ध उद्योग, गैर धात्विक खनिज उत्पाद और परिवहन उपकरण और हिस्से-पुर्जों के क्षेत्र में ऋणात्मक विकास दर्ज की गई।

विकास वर्ष 2000-01 के दौरान कुल औद्योगिक विकास दर पाँच प्रतिशत रही लेकिन बुनियादी क्षेत्र के महत्वपूर्ण उद्योगों ने औसत 5.3 प्रतिशत की विकास दर हासिल की गयी।

तालिका 2.7 - औद्योगिक विकास दर

(प्रतिशत में)

क्रमांक	उद्योग	वृद्धि	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01
1	2	3	4	5	6	7	8
1	बिजली	10 16.90	3.8	6.6	6.6	7.2	4.0
2	कोयला	3 22.16	5.7	3.6	(- ) 2.0	3.1	3.3
3	इस्पात	5 12.78	5.8	6.3	1.3	14.9	7.0
4	कच्चा पेट्रोलियम	4 17.21	(- ) 4.7	2.9	(- ) 3.4	(- ) 2.4	1.6
5	पेट्रोलियम रिफाइनरी उत्पादन	2 00.21	7.0	3.7	5.2	25.4	20.3
6	सीमेन्ट	1 98.91	9.6	9.1	5.7	14.3	(- ) 0.5
	योग	26.6817	3.7	5.7	2.8	9.1	5.3

स्रोत - भारत अंक - २००२, पृष्ठ, ५६१

## औद्योगिक विकास की अपर्याप्तता

यह निर्विवाद सत्य है कि देश नियोजन काल के विगत 50 वर्षों के औद्योगिकरण के सभी क्षेत्रों में अत्यधिक प्रगति की है। औद्योगिक विकास के अर्थव्यवस्था में विविधीकरण, आधुनिकीकरण तथा आत्मनिर्भरता की प्राप्ति में काफी सहायता मिली है। औद्योगिक विकास से उच्च तकनीकी गुणवत्ता युग उत्पाद से राष्ट्र ने विश्व स्तरीय बाजार में अपनी पहचान बना ली है। परन्तु औद्योगिक विकास में अभी भी विविध प्रकार की अपर्याप्तताएँ विद्यमान हैं। जैसे—औद्योगिक प्रक्रिया का क्षेत्रीय सकेन्द्रण, श्रम बाहुल्य तकनीक की अपेक्षा पूँजी बाहुल्य तकनीक का अधिक प्रयोग, आर्थिक शक्ति के सकेन्द्रण में वृद्धि, औद्योगिक इकाई में उपलब्ध क्षमता का पूर्ण उपयोग न होना, सार्वजनिक क्षेत्र के उद्योगों के कार्य निष्पादन में गिरावट, निर्धारित लक्ष्यों एवं उपलब्धियों के मध्य अधिक अन्तर तथा निरन्तर बढ़ती औद्योगिक रुग्णता आदि जो देश में एक नयी समस्या के उद्गम का कारण बन रही हैं। अतः वर्तमान वैज्ञानिक एवं तकनीकी प्रगति के युग में इन अपर्याप्तताओं के समाधान के लिए उचित प्रयास किया जाना चाहिए।

# તૃતીય અધ્યાય

## अध्याय-3

### असंगठित क्षेत्र : परिकल्पना एवं विस्तार

देश में उद्योग का प्रारम्भ स्व-रोजगार के रूप में निजी स्वामित्व के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र में लघु एवं कुटीर उद्योग, ग्रामोद्योग से हुआ। असंगठित क्षेत्र के परम्परागत उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुओं का न केवल भारतीय बाजार में अपितु विश्व बाजार में भी वर्चस्व था। सन् 1916-18 के प्रथम औद्योगिक आयोग ने अपनी रिपोर्ट में स्पष्ट किया है। कि भारत का ब्रिटिश शासन के पूर्व औद्योगिक ढाँचा अत्यन्त विकेन्द्रित और सुदृढ़ था।<sup>1</sup> 19 वीं शताब्दी की औद्योगिक क्षेत्र में क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए। संगठित क्षेत्र द्वारा अर्थव्यवस्था के सभी क्षेत्रों में अधिपत्य स्थापित करने एवं अत्यन्त जटिल प्रतिस्पर्धा के बावजूद असंगठित क्षेत्र की विद्यमानता वर्तमान समय में भी शहरी एवं ग्रामीण स्थिति के अनुसार किसी न किसी रूप में परिलक्षित होती है। “असंगठित क्षेत्र गरीबी, बेरोजगारी और आय की असमानता जैसी समस्याओं से ग्रस्त है। संगठित क्षेत्र की व्यापकता पर ध्यान सकेन्द्रण के परिणामस्वरूप असंगठित क्षेत्र क्रमशः पिछड़ता चला गया, लेकिन गत वर्षों में असंगठित क्षेत्र के महत्व को ध्यान में रखते हुए सरकार द्वारा प्रारम्भ किये गये विभिन्न कार्यक्रम स्थिति को बेहतर बनाने में सहायक सिद्ध हो रहे हैं। समस्या का वास्तविक निदान विज्ञान और प्रौद्योगिकी को ग्रामोन्मुखी बनाकर असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों को ग्रामीण क्षेत्र में ही रोजगार प्रदान किया जा सकता है।”<sup>2</sup>

### असंगठित क्षेत्र की परिकल्पना

असंगठित क्षेत्र वाक्यांश का प्रयोग सामान्यतः संगठित क्षेत्र की परिकल्पना के

- 
1. डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था “नियोजन एवं विकास” पृष्ठ-358
  2. खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत में असंगठित क्षेत्र पृष्ठ-3

विपरीत अर्थों में किया जाता है। साधारणतः अनौपचारिक आय उद्गम स्रोतों को असंगठित क्षेत्र माना जाता है। लगभग समस्त उत्पादक क्रियाओं यथा कृषि, निर्माण, विनिर्माण, खनन, परिवहन और सेवाओं का एक अंश असंगठित क्षेत्र में पाया जाता है। निर्विवाद प्रत्येक आर्थिक क्रिया में उनका प्रतिशत भिन्न होता है। उत्पादन पद्धति, उत्पादन संरचना और संगठन की क्रियाशीलता को दृष्टि में रखते हुए यह कहा जाता है। कि असंगठित क्षेत्र से आशय विभिन्न वस्तुओं और सेवाओं की उन उत्पादक क्रियाओं से है जो साधारणतः निजी स्तर पर कम पूँजी से छोटे पैमाने पर अनियन्त्रित उत्पादन संरचना के आधार पर की जाती है। उत्पादन क्रियाओं में सलग्न परिवार ही व्यवसायगत प्रतिफल के स्वामी होते हैं। स्वरोजगार की क्रियाशीलता के अतिरिक्त असंगठित क्षेत्र में आकस्मिक और मौसमी कार्य अवसरों जिनमें रोजगार तथा आय अवसरों की निरंतरता वांछित स्तर तक सुरक्षा नहीं पाती है कि प्रधानता रहती है।<sup>3</sup> कृषि, बागान, दस्तकारी, घरेलू उद्योग, खनन, साबुन एवं डिटजेन्ट उद्योग और पारम्परिक परिवहन आदि की क्रियाओं में आकस्मिक और मौसमी कार्य अवसरों की विद्यमानता रहती है। इस प्रकार की क्रियाएँ असंगठित क्षेत्र की प्रमुख अंग होती हैं। इनमें सलग्न श्रम शक्ति का बहुत बड़ा भाग असंगठित श्रम के रूप में होता है। असंगठित क्षेत्र अपनी कतिपय विशिष्टताओं के कारण संगठित क्षेत्र से भिन्न हो जाता है।<sup>4</sup>

### असंगठित क्षेत्र की विशिष्टताएँ

1 असंगठित क्षेत्र में उत्पादन अनुमाप स्तर अपेक्षाकृत छोटा होता है। और संगठित मौद्रिक साख संस्थाओं से सारी आपूर्ति कम होती है। परिणामतः असंगठित

3 सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय भारत सरकार योजना आयोग पृष्ठ-498

4 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत में असंगठित क्षेत्र पृष्ठ-5

क्षेत्र में उत्पादन का आकार छोटा होना, आय का निम्न स्तर और प्रति इकाई उत्पादन स्तर कम होना स्वाभाविक है। उत्पादन उपक्रम को बढ़ाने के लिए यहाँ उत्पादक को मुख्य रूप से आन्तरिक अतिरेकी के सृजन पर निर्भर रहना पड़ता है। यहाँ उत्पादन प्रक्रिया में निहित जोखिम से बचने और उत्पादन प्रसार हेतु कोई विशिष्ट सुविधा नहीं दी जाती है। इनके समन्वित परिणाम के फलस्वरूप आय स्तर नीचा रहता है, और पूँजी निर्माण की प्रक्रिया बाधित होती है।

2 असंगठित क्षेत्र की उत्पादन तकनीक मुख्यतः श्रम प्रधान और पारम्परिक प्रकृति की होती है। यह दृष्टव्य है कि देश में घरेलू उद्योग कृषि, बागान, दस्तकारी, साबुन एवं डिटरजेंट आदि जो असंगठित क्षेत्र के प्रमुख सघटक हैं यहाँ श्रम प्रधान तकनीक का ही वर्चस्व है। इसके प्रतिकूल संगठित क्षेत्र में उत्पादन अनुपात बड़ा होता है। और पूँजी प्रधान प्रौद्योगिकी का बाहुल्य होता है। मौद्रिक संस्थाएँ, राजकीय नीति, विदेशी सहयोग, कतिपय प्रतिष्ठानों की स्वाभाविक कार्य पद्धति संगठित क्षेत्र की पूँजी प्रधान प्रौद्योगिकी को बढ़ावा देती है।

3 असंगठित क्षेत्र में कीमत निर्धारण रचना तन्त्र बाजार की अनौपचारिक दशाओं से पर्याप्त सीमा तक अप्रभावित रहता है। यहाँ कीमत निर्धारण लेन-देन की प्रक्रिया में सम्मिलित व्यक्तियों के पारस्परिक वार्तालाप और स्थानीय संस्थाओं से प्रभावित होता है। यहाँ उत्पादक और उपभोक्ता का अति निकट का सीधा सम्बन्ध होता है और विपणन की दशाएँ भी स्थानीय और असंगठित होती हैं। इसके पृथक् निजी क्षेत्र के संगठित उद्यम बहुधा अल्पाधिकारीय प्रकृति के होते हैं। फलतः उससे दुरभि संधि पूर्ण व्यवहार क्रियाशील होता है और यह कीमत निर्धारण के महत्वपूर्ण अंश को तो प्रभावित करता ही है साथ ही साथ संगठित क्षेत्र में कीमत निर्धारण के महत्वपूर्ण अंश को भी प्रभावित करता है। संगठित क्षेत्र में कीमत निर्धारण बाजार तक उत्पादन पहुँचने के पूर्व

ही कर लिया जाता है। यहाँ कीमत की घोषणा और वस्तु की उपादेयता का प्रचार वस्तु के बाजार में पहुँचने से पूर्व ही बिक्री व्ययों के माध्यम से कर दिया जाता है। असंगठित क्षेत्र में कीमत निर्धारण बहुधा उत्पादन के बाद विशेष कर लेन-देन की प्रक्रिया द्वारा होता है। और कीमत स्तर का निर्णय क्रेताओं-विक्रेताओं के पारस्परिक सौदा करने की शक्ति की सापेक्षिक सघनता से प्रभावित होता है।

4 असंगठित क्षेत्र के उत्पादन कार्य में फर्मों या व्यक्तियों के प्रवेश के प्रति बाधक शक्तियों की क्रियाशीलता अत्यन्त कम होती है। संगठित क्षेत्र में अपेक्षित व्यवसायगत निपुणता एवं योग्यता प्राथमिक निवेश, पैमाने की मितव्ययिता व्यापार चिन्हों का पजीयन, विकसित प्रौद्योगिकी आदि नवीन फर्मों के व्यवसाय में प्रविष्ट होने में बाधा उत्पन्न करती है जबकि असंगठित क्षेत्र में प्रौद्योगिकीगत अवरोधों की क्रियाशीलता कम होती है। पूँजीगत अपेक्षाएँ कम होती हैं। किसी विशिष्ट प्रशिक्षण की आवश्यकता कम होती है। उत्पादक संस्थाओं का राजकीय पजीयन अनिवार्यतः अपेक्षित नहीं होता है। इस आधार पर स्वाभाविक रूप से यह अनुमान लगाया जा सकता है। कि जहाँ इस क्षेत्र में प्रवेश की सुगमता होती है। वही नीति कार्यक्षमता के कारण आय भी कम होती है। इस कारण सामान्यतः असंगठित क्षेत्र को गरीब व सीमान्त क्षेत्र माना जाता है। व्यवहार्यतः यह देखने को मिलता है। कि दस्तकारी, हस्तशिल्प एवं अन्य सामान्य दैनिक उपभोग की वस्तु के उत्पादन और विपणन में कोई भी सम्मिलित हो सकता है। स्वरोजगार हेतु व्यवसाय का चयन किया जा सकता है। परन्तु इससे प्राप्त प्रतिफल बहुतायत सदर्थों में कम होता है।

5 असंगठित क्षेत्र में उत्पादन उपादानों और सम्पत्ति का स्वामित्व छोटे-छोटे व्यापक भौगोलिक क्षेत्र में बिखरे उद्यमियों के पास होता है। इनमें से कुछ के पास तो मात्र उनका शारीरिक श्रम और परम्परागत जानकारी ही एक मात्र उत्पादक सम्पत्ति



होती है। इनका उत्पादन एक ओर स्वयं की आवश्यकताओं के लिए होता है। और दूसरी ओर यह अर्थव्यवस्था की उत्पादन संरचना में अवरोही क्रम से सीमान्त स्तर का होता है। अथवा संगठित क्षेत्र को श्रम, कच्चे पदार्थ, माध्यमिक पदार्थ, और आवश्यक सेवाओं की आपूर्ति असंगठित क्षेत्र से की जाती है। इसके अतिरिक्त असंगठित क्षेत्र किसी अर्थव्यवस्था के संगठित क्षेत्र के उत्पादन की खपत का प्रभावी आधार भी होता है। संगठित क्षेत्र से उद्यम का आधार और उत्पादन स्तर बढ़ा होने के कारण संयंत्र की स्थापना करने में विभिन्न वैधानिक कार्यवाहियाँ पूरी करनी पड़ती हैं। जबकि असंगठित क्षेत्र में इस प्रकार के अनेक कार्य स्वाभाविक प्रक्रिया से जारी रहते हैं जिनके लिए किसी वैधानिक अनुमोदन की पूर्वापेक्षा नहीं करनी पड़ती है।<sup>5</sup>

### असंगठित क्षेत्र के संघटक

सामान्यतः असंगठित क्षेत्र में उद्योग स्वरोजगार निर्मित करने हेतु निजी स्वामी के द्वारा पूँजी निवेश के माध्यम से प्रारम्भ किया जाता है। परम्परागत रूप से शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों में विस्थापित छोटी-छोटी औद्योगिक इकाइयाँ जो कृषि, खनन, विनिर्माण, साबुन उद्योग आदि में संलग्न हैं। असंगठित क्षेत्र के संघटक रूप में कार्यरत हैं।

### लघु औद्योगिक प्रतिष्ठान .

कोई भी वह औद्योगिक प्रतिष्ठान की लघु औद्योगिक प्रतिष्ठान की श्रेणी में सम्मिलित किया जा सकता है। जिसमें उद्यमी द्वारा स्व-पूँजी निवेश हो, वित्तीय संस्थाओं द्वारा वित्त पोषित प्रतिष्ठान के प्लॉट एवं मशीनरी में पूँजी निवेश की सीमा तीन करोड़ रुपये थी जिसे सरकार द्वारा 29 अप्रैल, 1988 को घटाकर एक करोड़ रुपये कर दिया गया। लघु औद्योगिक प्रतिष्ठानों में पूँजी निवेश की सीमा को सरकार

लद्वारा समय—समय पर परिवर्तित किया जाता रहा है।<sup>6</sup>

पूँजी निवेश की सीमा मे विभिन्न अवधियों मे हुए परिवर्तन .

वर्ष	निवेश की सीमा	अतिरिक्त शर्तें
1950	स्थिर सम्पत्तियों मे 5 लाख रुपये तक	बिजली सहित/रहित
1960	सयत्र और मशीनरी मे 5 लाख रुपये तक	50/100 से कम व्यक्ति
1966	सयत्र और मशीनरी मे 75 लाख रुपये तक	कोई शर्त नहीं
1975	सयत्र और मशीनरी मे 10 लाख रुपये तक	कोई शर्त नहीं
1980	सयत्र और मशीनरी मे 20 लाख रुपये तक	कोई शर्त नहीं
1985	सयत्र और मशीनरी मे 35 लाख रुपये तक	कोई शर्त नहीं
1991	सयत्र और मशीनरी मे 60 लाख रुपये तक	कोई शर्त नहीं
1997	सयत्र और मशीनरी मे 3 करोड रुपये तक	कोई शर्त नहीं
1998 (29 अप्रैल)	सयत्र और मशीनरी मे 1 करोड रुपये तक	कोई शर्त नहीं

स्रोत भारत सरकार उद्योग मंत्रालय, लघु, कृषि एव ग्रामीण उद्योग विपणन द्वारा लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-15, सन् 1999।

### आनुषांगिक औद्योगिक प्रतिष्ठान .

ऐसे औद्योगिक प्रतिष्ठान जो पुर्जो घटको उप-समन्वायोजन, औजारो अथवा मध्यवर्तियों का उत्पादन अथवा विनिर्माण कार्य करता हो तथा जो एक या अधिक औद्योगिक प्रतिष्ठानो को अपने उत्पाद या सेवा का 50 प्रतिशत से अधिक की आपूर्ति करता हो, स्थायी सम्पत्तियों मे चाहे वो स्वामित्व अथवा पट्टे या किराये पर हो। सयत्र

6 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय लघु कृषि एव ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र

एव मशीनरी में निवेश की सीमा 3 करोड़ रुपये थी जिसे 29 अप्रैल, 1988 को घटाकर 1 करोड़ रुपये कर दिया गया।

### **अति लघु प्रतिष्ठान .**

ऐसे प्रतिष्ठान जो कि उद्योग से सम्बन्धित सेवा अथवा व्यवसाय में कार्यरत हों तथा जिनमें पूँजी विनियोजन 25 लाख रुपये तक हो ऐसे औद्योगिक प्रतिष्ठानों को अति लघु प्रतिष्ठान की श्रेणी में सम्मिलित किया जाता है।

### **लघु उद्योग सेवा एवं व्यापार प्रतिष्ठान**

लघु उद्योग सेवा एवं व्यापार प्रतिष्ठान जिनका अचल सम्पत्तियों में निवेश भूमि और भवन को छोड़कर 5 लाख तक ही लघु उद्योग सेवा एवं व्यापार प्रतिष्ठान कहलाते हैं।<sup>7</sup>

### **कुटीर उद्योग .**

सामान्यतः कुटीर उद्योग को पारिवारिक उद्योग माना जाता है। इस उद्योग में मुख्यतः व्यक्तिगत आधार पर निजी साधनों एवं परिवार के सदस्यों की सहायता से पूर्ण कालिक अथवा अशकालिक व्यवसाय के रूप में चलाए जाते हैं। कुटीर उद्योग अल्प पूँजी निवेश के द्वारा ग्रामीण एवं शहरी क्षेत्रों में चलाये जाते हैं। इन उद्योगों में स्थानीय कच्चे माल एवं उत्पादों को स्थानीय बाजारों में विक्रय करते हैं।

### **ग्रामोद्योग .**

ग्रामोद्योग से तात्पर्य ऐसे उद्योगों से है। जिनमें पूँजी विनियोग की मात्रा 50 हजार रुपये तक तथा जो नगर निगम या नगर पंचायत क्षेत्र से बाहर ग्रामीण क्षेत्र में जहाँ की आबादी बीस हजार से अधिक न हो। स्थापित हो और जिसके कार्य संचालन

---

7 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-15

मे विद्युत शक्ति का प्रयोग किया जाता हो या न किया जाता हो। ग्रामोद्योग के रूप में खनिज आधारित उद्योग कुटीर, साबुन एवं डिटजेन्ट उद्योग, इंजीनियरिंग एवं परम्परागत ऊर्जा, वस्त्र उद्योग, सेवा उद्योग आदि संचालित किये जाते हैं। उत्तर प्रदेश खादी तथा ग्रामोद्योग बोर्ड द्वारा ग्रामोद्योग को प्रोत्साहन हेतु विविध प्रकार की योजनाएं क्रियान्वित की जा रही हैं। जैसे-बैंक कन्सोर्शियम योजना, राज्य सरकार की ब्याज उपादान योजना, खादी और ग्रामोद्योग आयोग की मार्जिन राशि योजना, विशेष रोजगार योजना आदि उद्यमियों को उनके द्वारा प्रस्तुत प्रोजेक्ट के आधार पर इन योजनाओं के तहत आर्थिक सहायता प्रदान की जाती है।<sup>8</sup>

### असंगठित क्षेत्र का योगदान

भारतीय अर्थव्यवस्था में ब्रिटिश शासन के पूर्व असंगठित क्षेत्र के उद्योग तथा इनके उत्पाद का विश्व बाजार में आधिपत्य स्थापित था। अंग्रेज शासकों द्वारा उद्योग के प्रति दुर्व्यवहार पूर्ण नीति अपनाने के फलस्वरूप असंगठित क्षेत्र के उद्योग मरणासन्न स्थिति में पहुँच गये। स्वतन्त्रता के पश्चात् राष्ट्रीय सरकार ने औद्योगिक विकास के मार्ग को प्रशस्त कर इस क्षेत्र के उद्योगों को पुर्नजीवन प्रदान किया। सरकार द्वारा यह परिकल्पना व्यक्त की गयी कि देश के आर्थिक विकास में असंगठित क्षेत्र के उद्योग जितनी सहायता कर सकते हैं। उतनी सहायता संगठित क्षेत्र के उद्योग नहीं कर सकते हैं। देश में अधिसंख्य मात्रा में लोग बेरोजगारी या अर्द्ध बेरोजगारी से ग्रस्त हैं। अतः एवं देश में ऐसे उद्योग स्थापित करने की आवश्यकता है। जो बेकारों और अर्द्धबेकारों को रोजगार की सुविधाएं प्रदान कर सकें तथा जिनके लिए अधिक पूँजी की आवश्यकता न हो। सरकार द्वारा उद्यमिता विकास में नागरिकों को सहभागिता बढ़ाने एवं पूँजीवाद तथा एकाधिकारवाद प्रभाव को सीमित करने के लिए इस समाजवादी

कल्याण मूलक कार्यक्रम को विशेष सम्बल प्रदान किया गया।

देश के आर्थिक विकास में असंगठित क्षेत्र के उद्योग की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इसका कारण यह है कि इस क्षेत्र में व्यापक स्तर पर रोजगार प्रदान करने की क्षमता है। देश की कुल कार्यशील जनसंख्या का अधिकांश भाग इस क्षेत्र में संलग्न है। राष्ट्रीय उत्पादन का लगभग तीन चौथाई उत्पादन असंगठित क्षेत्र के उद्योग द्वारा किया जाता है। असंगठित क्षेत्र में कार्यरत श्रमिक असंगठित श्रमिक कहलाते हैं। असंगठित क्षेत्र की व्यापकता और उसके उद्गम का मूल स्रोत ग्रामीण क्षेत्र है। औपचारिक रूप से कृषि और गैर कृषि क्षेत्र की उन सभी इकाइयों को संगठित क्षेत्र की इकाई माना जाता है। जिसमें कार्य करने वालों की संख्या 10 या उससे अधिक हो जिनमें नियुक्ति सीधे या किसी अधिकरण द्वारा की जाती है।<sup>9</sup> इसके पृथक् अन्य उत्पादक इकाइयों को असंगठित क्षेत्र माना जाता है।

भारतीय अर्थव्यवस्था के नियोजन काल में सार्वजनिक और निजी क्षेत्र के संगठित उद्योगों की महत्वपूर्ण प्रगति हुई है। संगठित क्षेत्र में बड़े पैमाने के उद्योगों का विकास इस स्तर तक हुआ कि उसके सामने पिछली एक शताब्दी का औद्योगिक विकास फीका पड़ गया।<sup>10</sup> योजना काल में भारत में कतिपय महत्वपूर्ण उपलब्धियों आर्थिक पटल पर अंकित हुईं किन्तु भारत के आर्थिक विकास में तीव्रीकरण, क्षेत्रीय संतुलन, आर्थिक विकेंद्रीकरण, दीर्घावधि पूँजी पर सामाजिक नियन्त्रण, विकास कार्यक्रमों हेतु उत्तम एवं पर्याप्त वित्त प्रबन्ध, रोजगार अवसरों के निर्माण में योगदान, आयात प्रतिस्थापन निर्यात प्रोत्साहन जैसे महत्वपूर्ण उद्देश्यों की 100 प्रतिशत पूर्ति करने में सफलता नहीं प्राप्त कर सका।<sup>11</sup>

---

9 भारत सरकार, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत सन् 1983 पृष्ठ-498

10 योजना अंक अक्टूबर सन् 1983 पृष्ठ-4

11 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत में असंगठित क्षेत्र पृष्ठ-5

दीर्घकाल से भारतीय अर्थव्यवस्था के समग्र उत्पादन संरचना में असंगठित क्षेत्र का अत्यन्त महत्वपूर्ण योगदान रहा है। वास्तव में, भारतीय अर्थव्यवस्था की मौलिक प्रकृति में ही असंगठित क्षेत्र की विद्यमानता और क्रियाशीलता निहित रही है। इस क्षेत्र की क्रियाशीलता सदियों से परीक्षित और सर्वथा अहिसक प्रकृति की रही है। असंगठित क्षेत्र का प्रकृति के साथ पूर्ण समायोजन रहा है। यही कारण है कि आदि काल से इस क्षेत्र में अपनी मौलिक क्रियाशीलता के बाद भी कोई पारिस्थितिक असंतुलन नहीं हुआ। वातावरण में प्रदूषण का जहर पैदा ही नहीं हुआ उत्पादन प्रक्रम या सामान्य व्यवहार जन्य प्रदूषक तत्वों का प्रभाव प्रकृति की उपचारात्मक प्रक्रिया द्वारा स्वतः निरस्त कर दिया जाता था। कृषि ग्रामोद्योग और जरूरतों का अद्भुत समन्वय था आवश्यकता के अनुरूप सभी वर्गों के लिए उत्पादन होता था। आधुनिक युग की एक मौलिक विशेषता केन्द्रित उत्पादन और व्यापक उद्योगीकरण हो रही है। इसे विकास का प्रमुख निर्धारक तत्व मान लिया गया है। इस प्रकृति से विश्व अर्थव्यवस्था में संरचनात्मक परिवर्तन के साथ भारतीय अर्थव्यवस्था में भी महत्वपूर्ण संरचनात्मक परिवर्तन हुए। अंतर उद्योग व्यापार बढ़ा, उद्योग की सूची में अधुनातन विज्ञान और प्रौद्योगिकी पोषित नवीन वस्तुओं के उद्योग जुड़े, फलतः समग्र राष्ट्रीय उत्पाद की संरचना में परिवर्तन हुआ। तथापि भारतीय अर्थव्यवस्था में आज भी असंगठित क्षेत्र का वर्चस्व बना हुआ है। असंगठित क्षेत्र विभिन्न उद्योगों के लिए कच्चे पदार्थ की आपूर्ति का स्रोत एवं निर्मित सामानों के लिए माँग सृजित करता है। शुद्ध घरेलू उत्पाद का लगभग दो तिहाई भाग असंगठित क्षेत्र से सृजित होता है।<sup>12</sup>

असंगठित क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्था के एक गतिशील और जीवन्त क्षेत्र के रूप में उभरा है। देश में इस क्षेत्र का औद्योगिक उत्पादन में 40 प्रतिशत और सकल

---

12 खादी ग्रामोद्योग, खादी ग्रामोद्योग आयोग बम्बई, भारत में असंगठित क्षेत्र पृष्ठ-6

निर्यात में 35 प्रतिशत का योगदान है। असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत लगभग 30 लाख लघु इकाइयों में करीब 167 लाख व्यक्तियों को रोजगार प्राप्त है। उद्यमी प्रतिभा के विकास के लिए यह क्षेत्र एक 'नर्सरी' के रूप में कार्य करता है। इस क्षेत्र में 7500 से अधिक उत्पादों वाली व्यापक श्रेणी की वस्तुओं का निर्माण होता है। और कम आय वर्ग के व्यक्तियों को सस्ती उपभोक्ता वस्तुएं और सेवाएं प्रदान की जाती हैं। यह उच्च आय वर्ग की परिष्कृत आवश्यकताओं को भी पूरा करता है। अपने लचीलेपन के कारण यह क्षेत्र चुनौतियों और परिवर्तनों का सामना करने में सक्षम है।<sup>13</sup>

### तालिका 3.1

संगठित और असंगठित क्षेत्र का शुद्ध राष्ट्रीय उत्पादन में अंश

वर्ष	संगठित क्षेत्र	असंगठित क्षेत्र
1	4	5
1960-61	25 60	74 40
1964-65	26 97	71 79
1970-71	27 72	72 28
1974-75	28 73	71 27
1975-76	35 66	68 44
1993-94	36 90	63 10
1998-99	39 99	61 00

स्रोत — नेशनल एकाउन्ट स्टैटिस्टिक्स, सेंट्रल स्टैटिस्टिकल ऑरगेनाइजेशन, 2001

तालिका 3.1 से स्पष्ट होता है कि 1960-61 में उस वर्ष की कीमतों पर असंगठित क्षेत्र के उत्पादन का अंश कुल शुद्ध घरेलू उत्पाद का 74.4 प्रतिशत था। जिसमें

13 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र

निरन्तर कमी होती गयी । वर्ष 1970-71 में 72.28 प्रतिशत तथा यह वर्ष 1998 में घटकर 61.0 प्रतिशत हो गया । इसके विपरीत सगठित क्षेत्र के योगदान से शुद्ध घरेलू उत्पाद में वृद्धि हुई । वर्ष 1960-61 में सगठित क्षेत्र का योगदान 25.60 प्रतिशत था जो वर्ष 1998 में बढ़कर 39.99 प्रतिशत हो गया । असगठित क्षेत्र में निरन्तर कमी का प्रमुख कारण इस क्षेत्र को उपलब्ध शासकीय प्रोत्साहन में कमी है । इसके बावजूद भी देश की समग्र जनसंख्या का बहुत बड़ा भाग असगठित क्षेत्र में ही अपनी आजीविका कमाता है ।

### तालिका 3.2

#### सगठित और असगठित क्षेत्र में रोजगार

क्रमांक	वर्ष	रोजगार	मिलियन में	कुल	सगठित क्षेत्र (प्रतिशत)
		सगठित क्षेत्र	असगठित क्षेत्र		
1	2	3	4	5	6
1	1973	18.8	217.5	236.3	8
2	1978	21.2	249.5	270.7	7.9
3	1983	24.0	278.7	302.7	7.9
4	1988	25.7	296.3	322.0	8.0
5	1991	26.7	315.2	341.9	7.8
6	1994	27.4	344.6	372.0	7.4
7.	1999	29.2	377.8	407.0	7.17

स्रोत — भारतीय सांख्यिकी डायरी वर्ष -2001

तालिका 3.2 से स्पष्ट होता है कि 1972 में श्रमिकों की कुल संख्या का 92 प्रतिशत भाग परम्परागत चले आ रहे असगठित क्षेत्र के उद्योगों में संलग्न था देश के



विभिन्न आर्थिक व्यवसायो यथा कृषि, खनन, बागान, विनिर्माण , विद्युत, गैस, निर्माण, व्यापार , होटल, रेस्टोरेन्ट, परिवहन एव अन्य सेवायो मे कार्यशील जनसख्या का एक भाग असगठित क्षेत्र के श्रमिक के रूप मे कार्य करता था । श्रमिको का नियोजन लगभग इसी प्रकार बना रहा तथा वर्ष 1999 मे कुल कार्यरत श्रमिको मे 93 प्रतिशत श्रमिक असगठित रूप मे कार्य कर रहे है । और सगठित क्षेत्र मे मात्र 7 17 प्रतिशत श्रमिक कार्यरत है । इसके बावजूद भी श्रमिको की प्राप्ति कम है । और सकल घरेलू उत्पाद मे इनका योगदान का भाग भी कम है ।

### तालिका 3.3

निवल घरेलू उत्पाद मे सगठित एव असगठित क्षेत्र की आय का प्रतिशत

(प्रतिशत मे)

क्रमांक	प्राप्तिया	सगठित क्षेत्र	असगठित क्षेत्र	योग
1	2	3	4	5
1	कर्मिको की प्राप्ति	59 4	20 0	35 4
2	परिचालन अतिरेक/मिश्रित आय	40 7	79 8	64 6
3	निवल घरेलू उत्पाद	100 0	100 0	100 0

स्रोत -नेशनल एकाउन्ट स्टेरिस्को, सेन्ट्रल स्टेटिकल ऑरगेनाइजेशन, 2001

तालिका 3 3 से स्पष्ट होता है कि असगठित क्षेत्र के श्रमिको का पारिश्रमिक न केवल सगठित क्षेत्र के श्रमिको की तुलना मे कम है अपितु असगठित क्षेत्र के अन्दर ही आया के अन्या साधनो की तुलना मे श्रमिको की प्राप्ति निम्न स्तरीय है । असगठित क्षेत्र के निवल घरेलू उत्पाद मे असगठित श्रमिको की प्राप्ति मात्र 20 प्रतिशत है । तथा शेष 80 प्रतिशत परिचालन अतिरेक और मिश्रित आयो के रूप मे है जबकि दूसरी ओर सगठित क्षेत्र के सकल घरेलू उत्पाद मे श्रमिको की प्राप्ति 59 प्रतिशत तथा

परिचालन अतिरेक और मिश्रित आयो के रूप में मात्र 41 प्रतिशत ही है । सम्पूर्ण रूप से भी निवल घरेलू उत्पाद में श्रमिकों को प्राप्त होने वाले अंश की तुलना में असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति का अंश कम है ।

### **नीतिगत कार्यक्रम एवं योजनाएँ**

असंगठित क्षेत्र एक व्यापक क्षेत्र है। जिसमें लघु, अति लघु, कुटीर एवं ग्रामोद्योग आदि शामिल हैं। इस क्षेत्र का भारतीय अर्थव्यवस्था के नियोजित विकास में महत्वपूर्ण स्थान है। असंगठित क्षेत्र देश का परम्परागत एवं मूलाधारिक क्षेत्र है। इस क्षेत्र की उपयोगिता को अंगीकृत कर केन्द्र सरकार एवं राज्य सरकारों ने इस क्षेत्र के सर्वर्द्धन के लिए विविध प्रकार के नीतिगत कार्यक्रम एवं योजनाएँ संचालित कर रहे हैं। जिसके द्वारा इनकी प्राथमिक एवं मूल आवश्यकताओं को पूरा करने का प्रयास किया जा रहा है। प्रमुख कार्यक्रम एवं योजनाओं का विवरण निम्न प्रकार है –

#### **1 अवस्थापनागत कार्यक्रम का आयोजन**

असंगठित क्षेत्र के उद्योग श्रम प्रधान उद्योग हैं। जिसमें अधिकाधिक रोजगार सृजन की संभावनाएँ विद्यमान हैं। असंगठित क्षेत्र में उद्योग की स्थापना एवं विकास के लिए लघु सेवा सस्थानों, शाखा लघु सेवा सस्थानों, क्षेत्रीय परीक्षण केन्द्र, पादुका प्रशिक्षण केन्द्र, उत्पादन के विशिष्ट सस्थाओं के नेटवर्क के माध्यम से तथा केन्द्र सरकार एवं राज्य सरकारों के स्वयं अलग-अलग तथा सम्मिलित रूप से विशेष रोजगार कार्यक्रम, उद्यमिता विकास कार्यक्रम, प्रबन्ध विकास कार्यक्रम, कौशल विकास कार्यक्रम आदि का आयोजन किसी न किसी रूप में प्रतिवर्ष किया जा रहा है।

विशेष रोजगार कार्यक्रम का संचालन ग्रामीण क्षेत्रों के कमजोर वर्ग के लोगों की आय अर्जन क्षमता में वृद्धि तथा उत्पादक रोजगार प्रदान करने के लिए किया गया। विशेष रोजगार कार्यक्रम के अन्तर्गत ग्रामीण क्षेत्र में रोजगार के अतिरिक्त अवसरों का सृजन, अवस्थापनागत ढाँचा मजबूत करने एवं जीवन स्तर के सम्यक सुधार के लिए

कुछ विशेष कार्यक्रमों का संचालन किया गया। जिसमें प्रमुख रूप से समन्वित ग्राम विकास योजना, ग्रामीण युवा स्व-रोजगार प्रशिक्षण कार्यक्रम, जवाहर रोजगार योजना, रोजगार आश्वासन योजना तथा प्रधानमंत्री रोजगार योजना आदि हैं। असंगठित क्षेत्र में उद्योग की स्थापना एवं विकास के लिए उद्यमिता विकास कार्यक्रम तथा प्रशिक्षण कार्यक्रम क्रमशः राष्ट्रीय उद्यमिता एवं लघु व्यवसाय विकास संस्थान निसबड नई दिल्ली एवं राष्ट्रीय लघु उद्योग विस्तार प्रशिक्षण संस्थान (निसिएट) हैदराबाद द्वारा प्रतिवर्ष राष्ट्रीय एवं अन्तराष्ट्रीय स्तर पर कार्यक्रम का आयोजन किया जाता है। वर्ष 1992-93 में उद्यमिता विकास को बढ़ावा देने के लिए एक उद्यमिता विकास योजना शुरू की गयी। इस कार्यक्रम का उद्देश्य उद्यमी गुणों वाले व्यक्तियों की पहचान करना और रचनागत प्रशिक्षण पाठ्यक्रमों के माध्यम से प्रशिक्षित करना है। ताकि वे विभिन्न एजेंसियों के पास उपलब्ध सहायता से उद्योग स्थापित करने में समर्थ हो सकें।<sup>14</sup>

प्रबन्ध प्रशिक्षण कार्यक्रम के अन्तर्गत प्रबन्ध विषयों में प्रशिक्षण प्रदान कर मौजूदा उद्यमियों की उत्पादकता और लाभ में सुधार करना तथा नये उद्यमियों को विकसित करना है। और कौशल विकास कार्यक्रमों के माध्यम से कुशल कामगारों को प्रशिक्षण प्रदान कर उन्हें उत्पादन की बेहतर और उन्नत प्रौद्योगिकियों से सुसज्जित करना है। वर्ष 1983 से उद्यमियों को इकाइयों की स्थापना और उनके आधुनिकीकरण, गुणवत्ता उन्नयन, बाजार विस्तार निर्यात विकास, नवीनीकरण और प्रौद्योगिकी सुधारों को बढ़ावा देने तथा उन्हें अभिप्रेरित करने के लिए उत्कृष्ट उद्यमियों को राष्ट्रीय पुरस्कार प्रदान करने की योजना शुरू की गयी है।<sup>15</sup>

---

14 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-32

15 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-32

## 2 निष्पादन से सम्बन्धित तकनीकी परामर्श कार्यक्रम

असंगठित क्षेत्र में स्थापित उद्योगों को कार्यकुशलता एवं गुणवत्ता में सुधार तथा नये उद्यमियों को आकर्षित करने हेतु क्षेत्रीय परीक्षण केन्द्रों पादुका प्रशिक्षण केन्द्रों द्वारा विभिन्न क्षेत्रों में तकनीकी एवं प्रबन्धकीय परामर्शदात्री कार्यक्रम का आयोजन किया जाता है। कार्यक्रम के द्वारा कार्यरत उद्यमी एवं कामगारों को रसायन, यांत्रिकी, खाद्य, धातु की, इलेक्ट्रॉनिक, चर्म, पादुका, आधुनिकीकरण पूरक उद्योगों का विकास आदि क्षेत्रों में उत्पाद गुणवत्ता तथा उत्पादन तकनीक से सम्बन्धित प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है।

क्षेत्रीय परीक्षण केन्द्रों एवं पादुका प्रशिक्षण केन्द्रों के विशेषज्ञ यांत्रिकी अभियांत्रिकी एवं इलेक्ट्रॉनिक के सम्बन्ध में उद्यमियों एवं कामगारों को विस्तृत जानकारी कार्यस्थल पर जा कर प्रदान करते हैं। जिससे उनमें कार्य के प्रति उत्साह एवं निडरता उत्पन्न होती है और कार्यस्थल पर दुर्घटनाएँ होने की संभावना कम होती है। इसके अतिरिक्त केन्द्रों द्वारा समय-समय पर संभावित उद्योगों पर आधारित प्रोजेक्ट प्रोफाइल तैयार करना एवं उनका पुनरीक्षण करना, उद्यमियों के अनुरोध पर विस्तृत व्यवहारिक रिपोर्ट तैयार करना, उत्पाद प्रक्रिया पर परामर्श, विभिन्न उत्पादों में सुधार विकास एवं ड्राइवर्सिफिकेशन, अत्याधुनिक उत्पादों एवं तकनीकी सेवाएँ उपलब्ध कराना, कच्चे माल की उपलब्धता पर सूचनाएँ उपलब्ध कराना, कच्चे माल अर्द्धनिर्मित तथा तैयार उत्पादों की जाच पर जानकारी, ड्राइंग, डिजाइन एवं ब्लू प्रिंट चार्ट इत्यादि से सम्बन्धित सुविधाएँ प्रदान की जाती हैं। राज्य सरकारें असंगठित क्षेत्र को उत्पादन के लिए रियायती दर पर कच्चे माल की उपलब्धता आवश्यकतानुसार कराती हैं। तथा इकाइयों को उनके उत्पाद की गुणवत्ता उन्नयन, प्रौद्योगिकी उन्नयन एवं प्रदूषण

नियंत्रण के लिए प्रोत्साहित करती है।<sup>16</sup> जिससे असंगठित क्षेत्र उत्पादन तकनीक में सुधार कर उच्च गुणवत्ता युक्त उत्पाद का उत्पादन कर राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर संगठित क्षेत्र से प्रतिस्पर्धा कर सके।

### वित्तीय सहायता सम्बन्धी कार्यक्रम एवं योजनाएँ

असंगठित क्षेत्र में छोटे-छोटे उद्योगों में वित्तीय कमी प्रमुख समस्या है। इसका कारण इस क्षेत्र के अधिकांश उद्यमियों की आर्थिक स्थिति खराब होना है। वित्तीय समस्या के निदान हेतु राज्य सरकारों ने राज्य सहायता अधिनियमों के अन्तर्गत ऋण सुविधाओं में व्यापक प्रसार किया है। इस क्षेत्र के उद्योगों को प्राथमिक एवं कार्यशील पूँजी मुख्यतः व्यवसायिक बैंकों एवं सहकारी संस्थाओं द्वारा प्रदान की जाती है। रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया तथा औद्योगिक विकास बैंक के निर्देशन में क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक एवं राज्य वित्त निगम भी इन्हें सहायता देती हैं।<sup>17</sup> रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया इस क्षेत्र को वित्तीय सुविधा विभिन्न विकास कार्यक्रमों के माध्यम से प्रदान कर रही है। समन्वित ग्रामीण विकास कार्यक्रम ग्रामीण औद्योगिकीकरण की दिशा में एक अत्यन्त सहायक प्रयास है। इस कार्यक्रम में कृषि के साथ-साथ ग्रामीण उद्योगों के लिए ऋण प्रदान किया जाता है। नेहरू रोजगार योजना तथा प्रधानमंत्री रोजगार योजना द्वारा शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्र में शिक्षित बेरोजगार युवाओं के लिए स्व-रोजगार हेतु उद्योग स्थापित करने के लिए वित्तीय सहायता प्रदान की जाती है। सर्वप्रथम सन् 1986 में शहरी गरीबी रेखा के नीचे रहने वाले व्यक्तियों को उद्योग स्थापित करने हेतु बैंक ऋण के माध्यम से स्व-रोजगार योजना के तहत 5000 रुपये जिसका 25 प्रतिशत सरकारी अनुदान के रूप में दिया गया। वर्ष 1992-93 के दौरान स्व-रोजगार योजना का

---

16 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-95

17 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था “नियोजन एवं विकास” पृष्ठ-361

विलय नेहरू रोजगार योजना में कर दिया गया। नेहरू रोजगार योजना में शहरी लघु उद्योग स्कीम के तहत शहरी क्षेत्र में बेरोजगार अनुसूचित जाति एवं अनुसूचित जन-जाति तथा महिलाओं को 5000 रुपये तक 25 प्रतिशत अनुदान के रूप में और अन्य को 4000 रुपये तक प्रदान किया जाता है। लाभार्थी को आवश्यकता पड़ने पर 30000 रुपये तक बैंक ऋण दिया जाता है।<sup>18</sup> प्रधानमंत्री रोजगार योजना एवं रोजगार बीमा योजना कार्यक्रम वर्ष 1993-94 शुरू किया गया। इन योजनाओं के माध्यम से शिक्षित बेरोजगार युवकों के लिए सतत स्व-रोजगार के अवसरों का सृजन करने के उद्देश्य से प्रशिक्षण एवं सहायता के रूप में एक लाख रुपये न्यूनतम ब्याज दर पर प्रदान किये जाते हैं। जिसमें 7500 रुपये अनुदान के रूप में रहता है।<sup>19</sup>

### सरक्षणात्मक नीति एवं कार्यक्रम .

असंगठित क्षेत्र को संगठित क्षेत्र की प्रतियोगिता से सुरक्षा प्रदान करने के लिए सरक्षणात्मक कार्य किये गये। सरक्षण कार्यक्रम के अन्तर्गत प्रमुखतः आरक्षण नीति के द्वारा कई वस्तुओं का उत्पादन असंगठित क्षेत्र के लिए सुरक्षित कर दिया गया, जैसे दियासलाई उद्योग, साबुन उद्योग, चमड़ा प्रसस्करण, जूता बनाना, हथकरघा उद्योग आदि उत्पाद का आरक्षण करते समय उसकी गुणवत्ता, अनुकूलता तथा व्यवहार्यता पर विचार किया जाता है। आर्थिक सुधारों में उदारीकरण गैर लाइसेन्सीकरण तथा गैर विनियमन पर बल होने के कारण आरक्षण नीति पर विचार किया गया। और इस क्षेत्र के लिए 834 वस्तुओं का उत्पादन आरक्षित कर दिया गया। इन वस्तुओं का उत्पादन संगठित क्षेत्र के बड़े एवं मध्यम आकार के उद्योगों में नहीं किया जा सकता है।<sup>20</sup>

---

18. द इण्डियन जर्नल आफ लेबर इकनामिक्स, बालूम 31 सन् 1996 पृष्ठ-918

19 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-64

20 डॉ० त्रिपाठी बी०बी० भारतीय अर्थव्यवस्था "नियोजन एवं विकास" पृष्ठ-359

असंगठित क्षेत्र के उद्योगों सरक्षण प्रदान करने के लिए संगठित क्षेत्र के उद्योगों पर उपकर या उत्पादन शुल्क लगाया गया है। जिससे संगठित क्षेत्र के उद्योगों पर अतिरिक्त बोझ बढ़ गया और उनकी उत्पादन लागत तथा असंगठित क्षेत्र की उत्पादन लागत में व्याप्त अधिक अन्तर को कम किया गया।

### **विपणन सम्बन्धी कार्यक्रम एवं सुविधाएँ**

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में असंगठित क्षेत्र के उद्योगों के महत्व को सरकार ने 1948 ई० के आरम्भ में ही औद्योगिक नीति सकल्प में मान्यता प्रदान की थी केन्द्रीय तथा राज्य सरकार के क्रय संगठनों ने, क्रय अधिनियम के माध्यम से इस क्षेत्र की इकाइयों को विपणन सहायता प्रदान करने पर बल दिया गया। असंगठित क्षेत्र के उद्योग का विस्तार ग्रामीण क्षेत्रों में अधिक है, राज्य सरकार के विभाग, अर्द्धसरकारी संगठन, स्वायत्तशासी सरकारी संगठन, सहायता अनुदान प्राप्त संस्थान, विभागीय उपक्रम तथा निजी क्षेत्र कार्यरत सेवा संस्थान आदि अपनी आवश्यकता के लिए भंडारण मदों की खरीद करते समय इस क्षेत्र की स्थानीय इकाइयों द्वारा विनिर्मित उत्पादों को वरीयता प्रदान करते हैं, और इन संस्थानों द्वारा ग्रामीण क्षेत्र के उद्योगों के लिए समय-समय पर हाट-बाजारों, मेला एवं प्रदर्शनियों का आयोजन करते रहते हैं।

वाणिज्य मंत्रालय द्वारा संचालित बाजार विकास सहायता योजना के अन्तर्गत असंगठित क्षेत्र की इकाइयों को देश एवं विदेश में आयोजित किये जाने वाले मेलों एवं प्रदर्शनियों में उत्पादों को बेचने के लिए सहायतार्थ प्रोत्साहन दिया जाता है। तथा इस क्षेत्र द्वारा उत्पादित वस्तुओं के विक्रय के लिए बाजार तथा माल पहुँचाने हेतु रियायती दर पर यातायात साधनों की सुविधा प्रदान की जाती है। इस क्षेत्र की निर्यातोन्मुखी इकाइयों के लिए प्रोत्साहन और आधारभूत सुविधाओं का विशेष पैकेज भी प्रदान किया जाता है। राज्य सरकारें नजदीकी बन्दरगाह डिपो से लक्षित बन्दरगाह तथा

निर्यात नमूनों के नौभार के लिये इकाइयों की व्यय लागत की प्रतिपूर्ति करती है।<sup>21</sup> उत्पाद के प्रचार-प्रसार हेतु समाचार पत्र, पत्रिकाओं एवं विज्ञापन एजेंसियों द्वारा सहायता प्रदान करती है।

### असंगठित क्षेत्र की समस्याएँ

असंगठित क्षेत्र के उद्योग तथा कार्यशील असंगठित श्रमिकों को अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ता है। जिसमें प्रमुख समस्याएँ निम्न हैं—

#### सामाजिक सुरक्षा में कमी

असंगठित क्षेत्र की सर्व प्रमुख समस्या सामाजिक सुरक्षा सुविधाओं की नितान्त कमी है। संगठित क्षेत्र में श्रमिकों का अस्वस्थ होने, प्रसूति व औद्योगिक दुर्घटनाओं जैसी आपदाओं में सहायता के निमित्त कई योजनाएँ हैं। कर्मचारियों की असामयिक मृत्यु होने पर उनके परिवार के लिए लम्बे समय तक आर्थिक सहायता और परिवार के किसी सदस्य के लिए रोजगार की व्यवस्था की जाती है। स्थायी विकलांगता की स्थिति में भी इस प्रकार की व्यवस्था है कि श्रमिक का सम्यक जीवन यापन होता रहे। यदि असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों की स्थिति पर विचार किया जाय तो प्रतीत होता है कि उक्त का इस क्षेत्र में सर्वथा अभाव है। सामाजिक सुरक्षा शब्द ही उनके लिए अजनबी है। कृषि क्षेत्र में हालके वर्षों में यन्त्रीकरण बढ़ा है। गन्ना पेरने की मशीनें थ्रेसर आदि का प्रयोग अत्यधिक होने लगा है और इसी अनुपात में इन मशीनों से होने वाली दुर्घटनाएँ भी बढ़ी हैं। एक अनुमान के अनुसार हर वर्ष लगभग 1000 किसानों और मजदूरों के हाथ थ्रेसर मशीनों में आ जाते हैं। और इसमें से लगभग 60 प्रतिशत लोग सदा के लिए अपंग हो जाते हैं। स्वयं के लिए बोझ बनकर जीना इनके जीवन का यथार्थ हो जाता है। आज ग्रामीण क्षेत्र में ऐसे सम्पन्न कृषकों की कमी नहीं है। जो

---

21 भारत सरकार, उद्योग मंत्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग वि० लघु उद्योग क्षेत्र पृष्ठ-95



मजदूरो की सुरक्षा की परवाह न कर उनसे अधिक से अधिक कार्य लेना चाहते हैं इसके लिए उन्हें नशीले पदार्थों को खाने का प्रलोभन देते हैं। कृषि मजदूरो की स्थिति अत्यधिक खराब है। बीमारी, उत्सव व विपरीत मौसम के दिन भी उनके लिए अवैतनिक अवकाश के दिन होते हैं स्व-रोजगार वाले सदस्य भी बिना किसी प्रशिक्षण, तकनीकी सुविधा, विपणन सुविधा के कार्य करते हैं। कार्य घटे तो व्यवहार्यत उनके लिए निश्चित होते ही नहीं हैं। इस आधार पर यह कहा जा सकता है कि वातावरण में सुधार, कार्य घटो का निर्धारण, प्रशिक्षण सुविधा आदि ऐसे सभव माध्यम हो सकते हैं। जो इन श्रमिकों की स्थिति में स्थायी सुधार ला सकते हैं।

हाल के वर्षों में सामाजिक सहायता के परिप्रेक्ष्य में कुछ कार्यक्रम आरम्भ किए गये जो असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों के लिए लाभकारी हैं। इनमें सर्व प्रमुख वृद्धावस्था पेशन कार्यक्रम है। सातवी पंचवर्षीय योजना के अन्त तक सभी राज्य सरकारों और केन्द्र शासित प्रदेशों ने वृद्धावस्था पेशन योजना आरम्भ कर दी है। पेशन की राशि ३० रुपये से 100 रुपये प्रति माह तक है तथा यह पेशन राशि 65 वर्ष से ऊपर वाले आयु वर्ग के उन लोगों को प्रदान की जाती है जिनके पास आय अर्जन का कोई स्थायी आधार नहीं है। कुछ राज्य यथा—गुजरात, महाराष्ट्र, कर्नाटक, केरल और तमिलनाडु में कृषि श्रमिकों के लिए पृथक पेशन योजना बनायी गयी है। कुछ राज्य यथा—गुजरात, केरल और तमिलनाडु में विधवाओं एवं अन्य अति गरीब महिलाओं के लिए पेशन योजना चलायी गयी है। भारत सरकार ने 1995-96 के बजट से राष्ट्रीय सामाजिक सहायता कार्यक्रम आरम्भ किया है। इस कार्यक्रम के अन्तर्गत वृद्धावस्था पेशन के अतिरिक्त राष्ट्रीय परिवार लाभ योजना तथा राष्ट्रीय मातृत्व लाभ योजना आरम्भ की गयी है। राष्ट्रीय परिवार लाभ योजना के अन्तर्गत परिवार के मुख्य अर्जक की आकस्मिक मृत्यु के पश्चात् 5000 रुपये और दुर्घटना वश आसामयिक मृत्यु होने पर

10000 रुपये प्रदान किये जाते हैं। राष्ट्रीय मातृत्व लाभ योजना के अन्तर्गत मातृत्व की स्थिति में 300 रुपये प्रदान किये जाते हैं। भारत सरकार ने 1995 से ग्रामीण सामूहिक बीमा योजना आरम्भ किया है। इसके अनुसार अत्यन्त कम किस्त (60 रुपये वार्षिक) पर बीमा धारक को 5000 रुपये भुगतान की जाती है तथा अत्यन्त गरीब परिवारों के लिए बीमा किस्त में 50 प्रतिशत का अनुदान भी दिया जाता है। जीवन बीमा निगम ने कृषि, मजदूरों, आई०आर०डी०पी० के लाभार्थियों एवं समाज के अन्य कमजोर वर्गों के लिए भी बीमा योजना आरम्भ किया है। सामान्य बीमा निगम ने कृषि एवं सम्बन्धित क्रियाओं तथा अन्य व्यक्तिगत, आकस्मिक दुर्घटनाओं के सदर्थ में भी बीमा योजना आरम्भ किया है। परन्तु उक्त सभी सामाजिक सुरक्षा योजनाओं का विस्तार वास्तविक रूप में अत्यन्त कम हो सका है। अधिकांश आर्ह्य जनसंख्या इन योजनाओं से अनभिज्ञ है। इनके लाभ उनको नहीं मिल पाते हैं।<sup>22</sup>

### निम्न आय एवं उत्पादकता स्तर

असंगठित क्षेत्र के उद्योगों का उत्पादन एवं आय स्तर में प्रत्यक्ष सीधा सम्बन्ध होता है। भारतीय विकासशील अर्थव्यवस्था के सदर्थ में असंगठित क्षेत्र के उद्योगों से सम्बद्ध उद्यमियों की आय का स्तर बहुत नीचा है। आय स्तर निम्न होने के कारण उद्यमियों तथा कार्यरत श्रमिकों में दक्षता, तकनीकी योग्यता, आर्थिक एवं सामाजिक सुविधाओं का अभाव पाया जाता है। परिणामस्वरूप उद्यमियों द्वारा परम्परागत उत्पादन तकनीक अपना कर अपने जीवन निर्वाह को किसी प्रकार से पूरा करने के लिए उत्पादन कर पाते हैं। असंगठित क्षेत्र के उद्योगों का उत्पादन स्तर नीचे होने का एक प्रमुख कारण सरकार की दोहरी नीति का लागू होना है। जिससे इन क्षेत्रों के उद्योगों

---

22 द इण्डियन जर्नल आफ लेबर इकनामिक्स, बालूम 31 अक्टूबर से दिसम्बर सन् 1996,

को उचित समय पर आवश्यकतानुसार उचित मूल्य पर कच्चा माल नहीं मिल पाता जिसके कारण अनावश्यक रूप से उत्पादन लागत में वृद्धि तथा समय की बरबादी होती है।

आधुनिक औद्योगिक करण के युग में पूँजीवाद का अधिपत्य होने से असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों में उद्यमिता का अभाव पाया जाता है। जिससे वे कोई निर्णय यथा समय नहीं कर पाते हैं। इस अनिश्चितता युक्त वातावरण एवं अधिक खर्चीली प्रकृति के कारण आधुनिक प्रौद्योगिकी जन्य उपकरणों का प्रयोग असंगठित क्षेत्र के उद्यमकर्ता नहीं कर पाते हैं। जिसके कारण उनके उत्पादन की क्रिया विधि परम्परागत ही बनी हुई है। फलस्वरूप इन क्षेत्रों की आय एवं उत्पादन स्तर निरन्तर घटते क्रम में प्रदर्शित करते हैं।

### **विपणन सुविधाओं की कमी**

असंगठित क्षेत्र के उद्योगों द्वारा उत्पादित उत्पाद को बेचने के लिए पर्याप्त सुविधाओं का अभाव पाया जाता है। किसी भी औद्योगिक प्रतिष्ठान के लिए जितना महत्व वस्तु के उत्पादन का है। उससे कहीं अधिक महत्वपूर्ण उसकी उचित विपणन व्यवस्था है। विपणन व्यवस्था उत्पादक उपभोक्ता एवं सरकार सभी के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है। असंगठित क्षेत्र के उद्योग अपनी विपणन व्यवस्था का क्रियान्वयन परिवहन साधनों, उचित भण्डारण व्यवस्था तथा सहकारी विपणन संस्थाओं के अभाव में अधिकांशतः प्रत्यक्ष रूप से करते हैं। प्रत्यक्ष विपणन व्यवस्था के अन्तर्गत उत्पादक अपने उत्पाद का विक्रय प्रत्यक्ष रूप से उपभोक्ता को करते हैं। प्रत्यक्ष विपणन की प्रमुख समस्या उत्पाद के कीमत निर्धारण की होती है। क्योंकि इस क्षेत्र में कीमत निर्धारण रचना तत्र बाजार की अनौपचारिक दशाओं से पर्याप्त सीमा तक अप्रभावित रहता है। यह कीमत निर्धारण उत्पादक और उपभोक्ता के आपसी वार्तालाप एवं

स्थानीय सस्थाओं से प्रभावित होता है। यहाँ उत्पादक और उपभोक्ता का अति निकट का प्रत्यक्ष सम्बन्ध होता है।

असंगठित क्षेत्र के अधिकांश उद्योगों की वित्तीय स्थिति सुदृढ़ न होने के कारण विपणन की आधुनिक तकनीकों एवं सुविधाओं यथा विपणन सर्वेक्षण, विक्रय अभिकर्ताओं की नियुक्ति, भण्डारण सुविधाओं का विकास, विज्ञापन के आधुनिक तंत्रों का प्रयोग, सस्थागत विपणन एवं बाजार सूचनाओं का सकलन आदि का समुचित उपयोग समय पर नहीं कर पाते हैं। जिसके कारण असंगठित क्षेत्र के उद्योगों की विपणन व्यवस्था अपने उचित रूप में नहीं पहुँच पायी है।

### **अवस्थापनागत सुविधाओं की कमी .**

असंगठित क्षेत्र में उद्योगों की अवस्थापना के लिए कोई विशिष्ट नीतियाँ एवं कार्यक्रम कार्यान्वित नहीं किये जाते हैं। जिससे कि इस क्षेत्र में औद्योगिकीकरण को प्रोत्साहन मिल सके। हाल के वर्षों में केन्द्र एवं राज्य सरकारों द्वारा इस क्षेत्र के उद्यमियों में उद्यमिता विकास को जागृत करने हेतु शिक्षा एवं प्रशिक्षण सस्थाओं तथा जिला उद्योग केन्द्र के माध्यम से सैद्धान्तिक, तांत्रिक, व्यवहारिक एवं व्यवसायिक शिक्षा प्रदान कर रही है साथ में उद्यमियों को उद्योग क्षेत्र में आकर्षित करने हेतु विभिन्न कार्यक्रमों एवं योजनाओं का क्रियान्वयन कर रही है। ये कार्यक्रम एवं योजनाओं का विभिन्न स्वरूप यथा रोजगार योजना, जवाहर रोजगार योजना, एकीकृत ग्रामीण विकास कार्यक्रम स्वरोजगार हेतु ग्रामीण युवाओं के प्रशिक्षण कार्यक्रम, ग्रामीण क्षेत्रों में महिला एवं बाल विकास योजना, रोजगार बीमा योजना, नेहरू रोजगार योजना, रोजगार गारन्टी योजना, प्रधानमंत्री रोजगार योजना, आदि योजनाएँ शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों के उद्यमियों को उद्यम स्थापित एवं संचालित करने के लिए प्रोत्साहन हेतु वित्तीय सुविधा उपलब्ध कर मार्गदर्शन प्रदान कर रहे हैं। परन्तु इन विभिन्न कार्यक्रमों एवं योजनाओं

से अधिकांश उद्यमी अनभिज्ञ हैं। इस अनभिज्ञता के कारण इनका लाभ उन्हें नहीं मिल पाता है। और कुछ सीमित वर्ग के उद्यमी ही इनका लाभ उठा पाते हैं।

### संगठित क्षेत्र से प्रतिस्पर्धा :

असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को आन्तरिक एवं वाह्य दोनों प्रकार की प्रतिस्पर्धाओं का सामना करना पड़ता है। आन्तरिक प्रतिस्पर्धा के अन्तर्गत देश के अन्दर संगठित क्षेत्र के बड़े पैमाने के उद्योगों से प्रतिस्पर्धा करनी पड़ती है। जो कि बाजार व्यवस्था के विज्ञापन एवं अन्य विधियों से आच्छादित किये हुए है। असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों के पास विज्ञापन आदि की सुविधा न होने के कारण उपभोक्ता को अपनी ओर आकर्षित नहीं कर पाते। परिणामतः असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को संगठित क्षेत्र के बड़े उद्यमी बाजार से बाहर कर देते हैं। दूसरी ओर अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर भारतीय असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को घोर प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है। जैसे भारतीय कालीन उद्योग को कोरिया, चीन और पाकिस्तान से प्रतिस्पर्धा करनी पड़ रही है। इस प्रकार असंगठित क्षेत्र के उद्योग राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा से निरन्तर जूझ रहे हैं जो एक जटिल समस्या है।

भारत में असंगठित क्षेत्र अब विभिन्न प्राथमिक और माध्यमिक वस्तुओं के उत्पादन में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। तथापि भारत का असंगठित क्षेत्र बेरोजगारी, असमानता और सामाजिक सुविधाओं के अभाव से पीड़ित है। अल्प रोजगार और प्रच्छन्न बेरोजगारी यहां के लोगों की मुख्य समस्या बनी हुई है। अधिकांश उत्पादक इकाइयां बाल श्रम का प्रयोग करती हैं। इन बाल श्रमिकों का होटलों, स्कूटर और साइकिल मरम्मत की दुकानों, छोटी परचून की दुकानों पर बाहुल्य है। कृषि श्रमिक के रूप में भी बाल श्रमिकों का बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता है। विशेषकर फसल कटाई, बुआई और सिंचाई के व्यस्त अवसरों पर अब भी असंगठित

क्षेत्र में महिलाओं को समान कार्य के लिए असमान पारिश्रमिक दिया जाता है। साक्षरता और शिक्षा का स्तर अत्यन्त नीचा है। हाल के वर्षों में आरम्भ की गयी गरीबी निवारण की विभिन्न योजनाएँ निर्विवाद रूप से असंगठित क्षेत्र को अधिक प्रभावी और बेहतर बनाने में सहायक हैं। इनसे मजदूरी रोजगार बढ़ाने के साथ-साथ स्व-रोजगार की सम्भावनाएँ बढ़ी हैं प्रशिक्षण सुविधाओं के प्रसार के कारण उनके कार्य और उत्पादन में उत्तरोत्तर सुधार की सम्भावनाएँ बढ़ी हैं। हाँ इन कार्यक्रमों को अधिक सघन रूप में लागू करने की आवश्यकता है। इसके अतिरिक्त तब तक आवश्यक प्रतिबन्धात्मक उपायों को भी कड़ाई के साथ लागू किया जाए जब तक कम से कम न्यूनतम मजदूरी का भुगतान इन श्रमिकों को होता रहे वास्तव में असंगठित क्षेत्र में व्याप्त विसंगति का मुख्य कारण उसके निरपेक्ष रूप का पिछड़ा होना है। राजकीय अभिकरण का झुकाव अधिकाधिक संगठित क्षेत्र के उद्योगों के प्रति है। जबकि समान कटिबद्धता की आवश्यकता है। गरीबी और पिछड़ेपन की समस्या का निवारण असंगठित क्षेत्र के सम्यक विकास पर ही आधारित है। संगठित क्षेत्र का विकास व्यापक जन समुदाय को राहत देने की प्रक्रिया मात्र है। समस्या का वास्तविक निदान असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों को उनके उद्गम स्थान ग्रामीण क्षेत्र में ही बसाने और उत्पादक बनाने में निहित है। विज्ञान और प्रौद्योगिकी को ग्रामोन्मुखी बनाना होगा और इसकी क्रिया विधि को असंगठित क्षेत्र की अनेक छोटी उत्पादक इकाइयों की व्यय सीमा के भीतर लाना होगा।<sup>23</sup>

# चतुर्थ अध्याय

## अध्याय-4

### साबुन उद्योग का उद्भव एवं विकास

साबुन उद्योग का प्रारम्भ सर्वप्रथम कब, कहा और कैसे हुआ। इसके बारे में अधिक जानकारी नहीं मिलती, यह माना गया है कि सबसे पहले प्रारम्भ हुए रसायनिक उद्योगों में साबुन उद्योग भी एक है<sup>1</sup> जैसा कि ऐतिहासिक सर्वेक्षण से ज्ञात होता है। कि वैदिक काल में अनेक प्रकार के उद्योग-धन्धे प्रचलित थे। यह कहना अतिशयोक्ति न होगा कि साबुन उद्योग का प्रारम्भ वैदिक काल के पूर्व वस्त्र उद्योग के समकक्ष माना जा सकता है क्योंकि ऋग वैदिक काल में कपड़ा साफ करने के लिए धोबी द्वारा साबुन का उपयोग किसी न किसी रूप में किया जाता था। बौद्ध काल में तो स्पष्ट किया गया है कि कपड़ा साफ करने के लिए "क्षार" सोडा का उपयोग साबुन के रूप में किया जाता था।<sup>2</sup>

कपड़े का आविष्कार आज से हजारों वर्ष पूर्व हो चुका था और तब से ही इसमें समय-समय पर न केवल अनेकानेक सुधार व परिवर्तन होते रहे हैं वरन् इसकी मांग और उपयोग की मात्रा भी बढ़ती रही है। जैसे ही मानव ने कपड़े का उपयोग प्रारम्भ किया उसके सामने एक समस्या उठ खड़ी हुई कपड़े की सफाई की। वस्त्र चाहे ऊन के बनाए हुए हो या सूत के, रेशमी हो या सिन्थेटिक धागो से निर्मित, शरीर में पहनने या अन्य किसी भी प्रकार से प्रयोग करने पर उनमें धूल, गर्द पड़ने से गन्दे हो जाते हैं। शरीर पर पहनने के कारण पसीना और चिकनाई भी चिपक जाती है। ये गन्दगी वाले वस्त्रों को सामान्य पानी से धोकर साफ नहीं किया जा सकता यही कारण था कि वस्त्रों के निर्माण के साथ ही मानव उन्हें साफ करने के लिए प्रयोग की जा सकने

---

1 योजना अंक 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990 पृष्ठ-11

2 डॉ० मिश्रा जय शंकर, विहार हिन्दी अकादमी ग्रन्थ, प्राचीन भारत का सामाजिक इतिहास पृष्ठ-612



वाली वस्तुओं की खोज में जुट गया। आरम्भ में विविध प्रकार की लवण युक्त मिट्टियों के साथ पानी में कपड़ों को उबालकर साफ किया जाता था। परन्तु औद्योगिक क्रान्ति के साथ ही मानव ने मिट्टी से लवणों को अलग करने की विधियों को विकसित कर लिया और इस विशिष्ट क्षार को सोडा एश का नाम दिया गया। यह सोडा कपड़ा धोने के काम आता है। इसीलिए सामान्य बोल चाल की भाषा में इसे कपड़ा धोने का सोडा कहा जाता है। कपड़ा धोने के सोडे की खोज ने कपड़े साफ करने की एक बड़ी समस्या का समाधान कर दिया। सिर के बालों को साफ करने के लिए दही और सोडे को मिलाकर प्रयोग किया जाने लगा। इस प्रकार सोडा एश की खोज इस क्षेत्र में प्रयास की राह में मजिल का पड़ाव मात्र सिद्ध हुआ, सोडा एश कपड़ा धोने और सिर के बाल धोने का एक सशक्त माध्यम लगभग सौ वर्षों तक बना रहा, परन्तु यह तीक्ष्ण क्षार होने के कारण इसके माध्यम से धोए गए कपड़े अपनी प्राकृतिक चमक—दमक मुलामियत तथा सौम्यता खो देते थे और उनका जीवन भी कम हो जाता था। इसके अलावा सोडे से तन की सफाई नहीं की जा सकती थी क्योंकि यह कपड़ा धोते समय हाथों को काट देता है। कपड़े और शरीर की सफाई के लिए आसानी से प्रयोग की जाने वाली वस्तु की खोज में वैज्ञानिक लगातार लगे रहे और सोडे को तेल और पानी के साथ घोल कर एक विशिष्ट वस्तु बनाने में सफलता प्राप्त किये, जिसे साबुन का नाम दिया गया।<sup>3</sup> जैसे—जैसे सामान्य जीवन स्तर में सुधार होता गया साबुन का उपयोग भी बढ़ता गया तथा वर्तमान में साबुन का उपयोग जीवनोपयोगी मूल आवश्यक वस्तुओं के रूप में किया जाता है।

## साबुन उद्योग का विकास

सफाई के लिए उपयोग किये जाने वाले पदार्थों को अपमार्जक कहते हैं अपमार्जक के रूप में साबुन का प्रयोग आज से दो हजार वर्ष पूर्व से होता आ रहा है।<sup>4</sup> औद्योगिक रूप में साबुन का विकास उन्नीसवीं शताब्दी के अन्तिम वर्षों में रासायनिक उद्योग के विकास के साथ हुआ। आजादी से पूर्व तक देश साबुन उद्योग असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत विकेन्द्रीकृत अवस्था में था। स्वतंत्रता के पश्चात् तत्कालीन सरकार द्वारा औद्योगिक विकास के लिए मिश्रित अर्थव्यवस्था की स्थापना का अनुमोदन किया गया। फलस्वरूप संगठित एवं असंगठित क्षेत्रों के अन्तर्गत सरकारी एवं निजी कार्यरत औद्योगिक इकाईयों के कार्य संचालन में सुधार तथा नवीन इकाईयों की स्थापना हेतु उद्यमियों को प्रोत्साहित किया गया। साबुन उद्योग साबुन के विभिन्न सह-उत्पादों के रूप में विकास मान है।

### (क) साबुन का विकास :

साबुन विविध प्रकार के तेलों और बसाओं के मिश्रण में कास्टिक सोड़े का घोल मिलाकर बनाया जाता है। साबुन शरीर और कपड़ों की सफाई का सबसे निर्दोष प्रभावी कारी अत्यन्त प्राचीन माध्यम है। “साबुन एक ऐसा रासायनिक यौगिक है जो कास्टिक सोड़ा या पोटैश नामक क्षारों के घोलों के साथ-साथ वसीय अम्लों के साथ तैयार होते हैं।”<sup>5</sup> वर्ष 1950 तक साबुन विश्व बाजार में अपमार्जक क्षेत्र का अकेला उत्पाद था। इसके पश्चात् नई-नई वैज्ञानिक खोजों तथा औद्योगिक प्रगति के साथ-साथ हमारे रहन-सहन के तरीकों, कार्य व्यवहारों एवं खान-पान की आदतों में भी अमूल-चूल परिवर्तन व परिवर्धन की यह दिशा निरन्तर विकास मान है। वर्ष 1950 से

---

4 परिषद राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण, विज्ञान भाग दो, वर्ष 1997 पृष्ठ-177

5 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-39

1960 के दशक में साबुन उद्योग के क्षेत्र में क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए। साबुन की खपत एवं भविष्य में माग की संभावनाओं को देखते हुए देश के मध्यम तथा बड़े उद्यमियों का झुकाव इस उद्योग क्षेत्र की ओर होने लगा। वर्ष 1955 तक देश में संगठित क्षेत्र के अन्तर्गत 56 बड़े कारखाने साबुन उद्योग के स्थापित हो गये। इनकी उत्पादन क्षमता एक लाख नब्बे हजार टन साबुन की थी परन्तु इस वर्ष मात्र निम्नानुबे हजार टन साबुन का उत्पादन उनके द्वारा किया गया।<sup>6</sup>

साठ के दशक तक देश में केवल बट्टी या टिकिया के रूप में जमाये हुए साबुन ही उत्पादित किये जाते थे। साबुन की टिकिया एक बहुप्रचलित शब्द था। कपड़ा धोने के साबुनों की टिकियाएँ प्रायः घनाकार या वर्गाकार परन्तु बड़ी सीमा तक अनगढ़ होती थी तो नहाने की टिकियाएँ अधिक लम्बी और कम ऊँची ईंट जैसी बनावट की। उस समय इंग्लैण्ड की लीवर ब्रदर्स नामक कम्पनी, जो विश्व के दर्जनो देशों में साबुन बनाती और बेचती है। की भारतीय शाखा हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड का इस उद्योग पर एक छत्र राज्य था। कालान्तर में गोदरेज, टाटा, मैसूर, सदल, निरमा आदि जैसे अनेक उत्पादक आ गये। जिससे साबुन उद्योग में तेजी से प्रगति एवं प्रतियोगिता प्रारम्भ हो गया। प्रतियोगिता और विश्व साबुन टेक्नालॉजी के सतत् विकास से न केवल साबुन की गुणवत्ता में पर्याप्त सुधार हुआ बल्कि उनके रंग रूप में भी अनेक परिवर्तन के साथ उत्पादन की मात्रा में भी वृद्धि हुई।<sup>7</sup> वर्ष 1984-85 में संगठित एवं असंगठित क्षेत्र में कुल लगभग 10 लाख टन साबुन का उत्पादन हुआ। जिसमें लगभग 380 हजार टन संगठित क्षेत्र में तथा 620 हजार टन असंगठित क्षेत्र में हुआ।<sup>8</sup> देश में संगठित एवं असंगठित क्षेत्र में अनेक उद्यमियों ने साबुन उद्योग क्षेत्र में

---

6 गुप्ता भोलानाथ, ग्रामोद्योग, पृष्ठ-44

7 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-33

8 योजना अंक 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990 पृष्ठ-11

अपनी औद्योगिक इकाईया स्थापित की। जिससे वर्ष 1998-99 तक संगठित क्षेत्र में इनकी संख्या बढ़कर 61 हो गयी। इनके द्वारा वर्ष 1998-99 के दौरान कुल 75 लाख टन कपड़ा साफ करने तथा 5 लाख टन नहाने के साबुन का उत्पादन किया गया।<sup>9</sup>

### (ख) डिटरजेंट का विकास

साबुन के प्रतिस्थापन वस्तु की खोज द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान शुरू हुई। क्योंकि उस समय तेल और वसा की अधिक कमी थी। इस क्षेत्र में विस्तृत अनुसंधान सर्वप्रथम जर्मनी में प्रारम्भ हुआ। इसके बाद संयुक्त राज्य और यूनाइटेड किंगडम अन्ततः कच्चे पदार्थ के रूप में "क्षार वेन्जील" को तीक्ष्ण शोधन के रूप में ग्रहण किया।<sup>10</sup>

वैज्ञानिकों को साबुन के क्षेत्र में निरन्तर प्रयास के पश्चात् वर्ष 1940 में एक ऐसे रासायनिक पदार्थ की खोज में सफलता मिली, जो स्वयं तो साबुन नहीं था परन्तु उसमें साबुन के सारे गुण विद्यमान थे। यह तेल रहित होने के कारण इसमें सफाई का गुण साबुन की तुलना में अधिक था। साधारण साबुन कठोर जल के साथ झाग नहीं देता और इसी कारण गन्दगी भी नहीं दूर कर पाता लेकिन यह नया रासायनिक पदार्थ कठोर जल के साथ भी गन्दगी दूर करने में समर्थ था इस रासायनिक पदार्थ को अपमार्जक प्रक्षालक साबुन रहित साबुन डिटरजेंट या कृत्रिम साबुन नाम दिया गया।<sup>11</sup>

प्रारम्भिक वर्षों में डिटरजेंट का विकास मन्द गति से हुआ तथा उत्पादन भी काफी कम था। क्योंकि डिटरजेंट एवं इसमें प्रयुक्त कच्चे माल का दूसरे देशों से

---

9 भारत सरकार सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, प्रकाशन विभाग, भारत अंक 2001, पृष्ठ 534

10 परशुराम, के.एस., सोप एण्ड डिटरजेंट्स, पृष्ठ 2, 3

11 हिन्दी मासिक पत्रिका, प्रतियोगिता दर्पण, अप्रैल 1990, पृष्ठ-933

आयात करना पड़ता था। भारत में सर्वप्रथम डिटरजेण्ट का उत्पादन वर्ष 1956 में हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड द्वारा आयात किये हुए डिटरजेण्ट स्लरी तथा बिलडर की सहायता से किया गया।<sup>12</sup> इसके पश्चात देश में डिटरजेण्ट का उत्पादन अन्य कम्पनियों द्वारा भी किया जाने लगा। सातवी योजना के अन्त तक इसकी खपत साबुन से अधिक अनुमानित की गयी। वर्ष 1984-85 में संगठित क्षेत्र की कम्पनियों द्वारा लगभग 190 हजार टन डिटरजेंट का उत्पादन किया गया।<sup>13</sup>

डिटरजेण्ट का विकास साबुन के सह-उत्पाद के रूप में इतनी तीव्रता से हुआ कि मात्र पच्चीस वर्षों के अन्दर ही धुलाई-सफाई के परम्परागत उपदानों और साबुन बाजार के आधे से अधिक भाग पर कब्जा जमा लिया।<sup>14</sup> इसकी लोकप्रियता न केवल देश बल्कि सम्पूर्ण विश्व में दिन-प्रतिदिन बढ़ती जा रही है। डिटरजेण्ट की बढ़ती हुई लोक प्रियता को देखते हुए संगठित क्षेत्र के अन्तर्गत 26 इकाईया उत्पादन में कार्यरत है। देश में कार्यरत संगठित इकाइयों तथा असंगठित क्षेत्र द्वारा संयुक्त रूप से वर्ष 1998-99 में कुल लगभग 24 लाख टन डिटरजेण्ट का उत्पादन किया गया।<sup>15</sup> वर्ष 2000-2001 में कपड़ा धोने का साबुन नहाने का साबुन और डिटरजेण्ट का उत्पादन क्रमशः 7.5 लाख टन, 5.30 लाख टन और 26 लाख टन रहा।

---

12 चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ-252

13 भारत सरकार, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, प्रकाशन विभाग, योजना अंक 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990 पृष्ठ-11

14 अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटरजेंट्स क्लीनिंग पाउडर्स व एसिड स्लटी पृष्ठ-10

15 भारत सरकार, सूचना एवं प्रसा० मंत्रालय, प्रका० विभाग, भारत अंक, 2001, पृष्ठ 534

### (ग) शैम्पू एवं तरल साबुन का विकास .

सत्तर के दशक में देश में साबुन के सह-उत्पाद के रूप में तरल साबुन एवं शैम्पू का निर्माण किया गया। प्रारम्भ में तरल साबुन या शैम्पू का प्रयोग महिलाओं और नवयुवकों द्वारा सिर के केशों की धुलाई-सफाई के लिए किया गया तथा इसकी गणना साबुन और डिटरजेंट में सौन्दर्य-प्रसाधन के अन्तर्गत करते थे।

वर्तमान सामाजिक परिप्रेक्ष्य में तरल साबुन एवं शैम्पू परम्परागत साबुन के रूप सामान्यतः स्नान, बाल धोने, हाथ धोने के लिए प्रयोग किया जाने लगा है। तरल साबुन का प्रयोग अस्पतालों, होटलों, दफ्तरों और घरों में प्रायः हाथ धोने के लिए अधिक किया जाता है। क्योंकि इनमें पर्याप्त मात्रा में जीवाणु नाशक रचक पाये जाते हैं। अन्य जीवाणु नाशक रसायनों की अपेक्षा हेक्सो क्लोरोफिन नामक विशिष्ट रसायन का प्रयोग प्रायः अधिक किया जाता है।<sup>16</sup>

साबुन आज वास्तव में किसी एक वस्तु का नहीं बल्कि वस्तुओं के एक विस्तृत वर्ग का नाम है। साबुन की माग न केवल नहाने और कपड़ा धोने के लिए की जाती है। बल्कि दैनिक मानवीय क्रियाओं की आवश्यकतानुसार सौन्दर्य प्रसाधन के साधन के रूप में की जाने लगी है। साबुन उद्योग क्षेत्र के अन्तर्गत सामान्य साबुन, डिटरजेंट, शैम्पू सह-उत्पाद के अतिरिक्त औषधि युक्त, जीवाणु नाशक कार्बोलिक एसिड युक्त साबुन, दाढ़ी बनाने वाला साबुन, सेविंग क्रीम, बाल साफ करने वाला साबुन, तथा बर्तन साफ करने वाला साबुन आदि का उत्पादन हो रहा है।

साबुन उद्योग का जो विकास हुआ वह अभी भी माग के अनुरूप पर्याप्त नहीं है। देश में अभी भी विकास की संभावनाएँ विद्यमान हैं। साबुन का उपयोग हमारे जीवन में

अति आवश्यक हो गया है। आज नगरो और महानगरो के अलावा गाव और देहातो मे भी साबुन का प्रयोग दिन प्रतिदिन बढता जा रहा है। इस कारण साबुन की माग हमेशा रही है और आगे भी बनी रहेगी ।

### **साबुन का वर्गीकरण**

साबुन का प्रयोग सफाई करने और मैल काटने के लिए ही प्रमुख रूप से किया जाता है। साबुन की उपयोगिता और गुणवत्ता रग, रूप व आकार प्रयोग किये जाने वाले आधार रचक तथा निर्माण प्रक्रिया के आधार पर इन्हे अनेक वर्गों मे विभाजित किया जा सकता है।

#### **(क) उपयोगिता के आधार पर -**

उपयोगिता के आधार पर साबुन को निम्न वर्गों मे श्रेणीबद्ध किया जा सकता है।

#### **(1) स्नान का साबुन**

ऐसे साबुन सामान्यत अधिक चिकने और मुलायम होते है। इनको बनाने मे कास्टिक सोडा या अन्य सोडो के घोलो के साथ तेल और वसा की मात्रा अधिक होती है। तथा रग रूप आकार की दृष्टि से सर्वाधिक विविधतापूर्ण, तीखी सुगन्ध से लेकर फूलो की मनभावन मन्द सुगन्ध अनेक प्रकार की सुगन्धियो से युक्त, अधिक मूल्यवान, और सौन्दर्य युक्त पैकिंग एव अत्यधिक प्रचार के साथ विक्रय किया जाता है। इसका ज्यादातर उत्पादन सगठित क्षेत्र की बडी इकाईयो द्वारा किया जाता है।<sup>17</sup>

#### **(2) कपडा साफ करने का साबुन :**

मानव द्वारा सर्वप्रथम कपडा धुलने और साफ करने के लिए साबुन का प्रयोग

किया गया। कपडा साफ करने का साबुन नहाने के साबुन की तुलना में कठोर होता है। इसके निर्माण में कार्बोनेट सोडा, कार्बोनेट पोटैश तथा सोडा ऐश का अधिक प्रयोग किया जाता है। उपभोक्ता कपडा धोने का साबुन खरीदते समय उसका मूल्य और मैल काटने की क्षमता को ध्यान में रखता है। इसका निर्माण छोटी एवं मध्यम इकाईयों द्वारा अधिक किया जाता है।

### (3) बर्तन साफ करने का साबुन

यह एक प्रकार का डिटरजेंट पाउडर एवं वाशिंग पाउडर होता है। इसका उपयोग सामान्य घरों, होटलों, कार्यालयों, शादी-ब्याह, तथा पार्टियों में बर्तन एवं क्राकरी साफ करने में किया जाता है। आज परम्परागत धातुओं पीतल, तांबा, कांस आदि के स्थान पर सभी परिवारों में अब स्टेनलेस स्टील और चीनी मिट्टी, मैलीवेयर, काच के बने बर्तनों का प्रयोग होने लगा है। इन बर्तनों को मिट्टी या राख से माजकर साफ नहीं किया जा सकता है। क्योंकि ऐसा करने पर इनकी सतह पर खरोच पड़ जाती है और इनकी सम्पूर्ण चमक-दमक खराब हो जाती है। जिससे बर्तन साफ करने वाले साबुन या क्लीनिंग पाउडर का प्रयोग किया जाता है।<sup>18</sup>

### (4) औद्योगिक उपयोग के साबुन

इस प्रकार के साबुन के निर्माण में बड़ी मात्रा में ब्लिचिंग एजेंट कोई तीक्ष्ण रसायन या मृदु तेजाब स्वल्प मात्रा में मिलाया जाता है। ये साबुन सामान्यतः बाजार में नहीं बिकते इनका प्रयोग कपडा मिलों तथा ऐसे रसायन उद्योगों में किया जाता है। जिनमें मिले क्षार एवं तेल उस विशिष्ट रसायन पर प्रतिक्रिया न करें।



## (5) हाथ साफ करने का साबुन

वर्तमान विशिष्टता और विशेषज्ञता के युग में अलग-अलग कार्यों के लिए विशिष्ट गुणवत्ता युक्त साबुन तैयार किये जाते हैं। फैक्ट्रियो, कारखानों तथा वर्कशापों में कार्य करने वाले श्रमिकों के हाथ विविध प्रकार की ग्रीस, तेल, चिकनाइया आदि लग जाने के कारण प्रायः अधिक गन्दे हो जाते हैं। जो सामान्य साबुन से अच्छी तरह से साफ नहीं हो पाते हैं। इस कार्य के लिए विशिष्ट कठोर एंव पेस्ट का प्रयोग किया जाता है। ये पेस्ट सामान्य साबुन में पर्याप्त मात्रा में बारीक रेत अथवा सेलम पाउडर मिलाकर तैयार किये जाते हैं।<sup>19</sup>

## (6) विशिष्ट उपयोग का साबुन :

नहाने, कपड़ा धोने और सामान्य सफाई के अतिरिक्त कुछ विशेष उपयोगों के लिए विशिष्ट गुणवत्ता युक्त साबुनों का निर्माण किया जाता है। जैसे—सिर के बाल धोने के लिए शैम्पू, बाल सफा साबुन अर्थात् हेयर रिमूविंग साबुन एंव क्रीम, दाढ़ी बनाने के लिए साबुन या लेदर शेविंग क्रीम तथा औषधि युक्त जीवाणु नाशक साबुन आदि।

### (ख) आकृति एवं रूपाधिरित वर्गीकरण -

आज इस विशेषज्ञता के युग में छोटे-बड़े प्रत्येक कार्य के लिए अलग-अलग प्रकार के साबुन तैयार किये जाते हैं। देश में कुछ दशक पूर्व तक मात्र बट्टी एंव टिकिया के रूप ही साबुन तैयार किये जाते थे परन्तु वर्तमान परिप्रेक्ष्य में साबुनों की गुणवत्ता में सुधार के साथ-साथ उनके रंग-रूप में भी अनेक परिवर्तन कर दिये गये।

### (1) टिकिया के रूप में साबुन

टिकिया साबुन का प्राचीन स्वरूप है। नहाने तथा कपड़ा साफ के पूर्ण शुद्धता से

---

19 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ, 32

युक्त साबुन टिकिया के रूप में तैयार किये जाते हैं। स्नान के लगभग सभी साबुन “सामान्य सुगन्धित, जीवाणुनाशक, औषधियुक्त, ग्लिसरीन युक्त सस्ते तथा महंगे” टिकिया के रूप में एक विशिष्ट आकार में तैयार किये जाते हैं। मशीनो और डाइयो के प्रयोग से प्रत्येक टिकिया पर साबुन का नाम अंकित किया जाता है।<sup>20</sup>

## **(2) पाउडर्स के रूप साबुन**

कपड़ा साफ करने के लिए टिकिया साबुन के स्थान पर डिटरजेंट पाउडर्स का उपयोग किया जाने लगा है। वर्तमान आधुनिकतावादी समाज में रहन-सहन के तौर तरीको एवं परिधान के पहिनावे में विशेष परिवर्तन होने के कारण पाउडर्स साबुन की लोकप्रियता अत्यन्त तेजी से बढ़ी है। राष्ट्रीय स्तर के सभी बड़े साबुन निर्माता कपड़ा साफ करने के टिकिया साबुन के साथ पाउडर्स साबुन का निर्माण कर रहे हैं। डिटरजेंट्स पाउडर्स साबुन का अधिकाधिक उत्पादन असंगठित क्षेत्र के छोटे एवं मध्यम साबुन निर्माता द्वारा किया जा रहा है।

## **(3) चिप्स और पेस्ट साबुन**

चिप्स और पेस्ट साबुन के रूप में साबुन का निर्माण सर्वप्रथम हिन्दुस्तान लीवर द्वारा रेशमी ऊनी कपड़े धोने के लिए लक्स साबुन के नाम से किया गया। यह बहुत ही मृदु और स्नान के साबुन से अधिक अद्वितीय, यह साबुन छोटी-छोटी धवल श्वेत पपड़ियों के रूप में होता था। यह कपड़ा धोने का सबसे महंगा होने के कारण इसका उत्पादन बन्द करना पड़ा तथा अन्य निर्माता भी इस साबुन का निर्माण नहीं कर रहे हैं। यद्यपि परम्परागत तरीके साबुन बनाने वाले कुछ निर्माता स्थानीय स्तर पर कपड़ा धोने के साबुनो का निर्माण बारीक चूर्ण, चिप्स और सेवड़ों के रूप में करते हैं। परन्तु

इनकी लोकप्रियता न होने के कारण बन्द करना पड रहा है।

इसके विपरीत पेस्ट साबुन की लोकप्रियता मे तीव्र गति से सतत वृद्धि हो रही है। घरों मे काम करने के बाद महिलाओं द्वारा हाथ साफ करने, फैक्ट्रियो मे कर्मचारियों के हाथ साफ करने, पुरुषों द्वारा दाढी बनाने के लिए तथा गुप्तांगों के बाल साफ करने के लिए आदि मे पेस्ट साबुन का उपयोग किया जाता है।

पेस्ट साबुनों की पैकिंग महिलाओं द्वारा हाथ साफ करने वाले तथा गुप्तांगों के बाल साफ करने वाले साबुनों की काच के जारों मे किया जाता है तथा दाढी बनाने के लिए प्रयोग किये जाने वाले पेस्ट साबुनों को प्लास्टिक तथा धातु के लचीले टयुब्स मे पैक किया जाता है। उद्योग के काम आने वाले पेस्ट साबुन को प्रायः ड्रमों और बड़े-बड़े डिब्बों मे भरा जाता है।<sup>21</sup>

#### (4) तरल साबुन .

सभ्यता एवं सांस्कृतिक विकास के साथ-साथ साबुन के रंग-रूप और आकार मे परिवर्तन होता रहा है। तेजी से बदलते परिवेश और अधिक से अधिक आराम पसन्दगी के इस युग मे प्रत्येक उपभोक्ता उन वस्तुओं का प्रयोग करना चाहता है। जो प्रयोग मे आसानी के साथ शीघ्र-अतिशीघ्र अपना प्रभाव दर्ज करा सके। उपभोक्ताओं की आराम पसन्दगी तथा विलासिता पूर्ण जीवन-यापन की महत्वकाक्षा का परिणाम है कि टिकिया साबुन से डिटर्जेंट्स पाउडर्स और इसके बाद तरल साबुन का रूप प्रदान किया। तरल साबुन की लोकप्रियता इसका आसानी से उपयोग तथा विशिष्ट गुणवत्ता युक्त होता है।

तरल साबुनों का निर्माण मुख्यतया राष्ट्रीय स्तर के बड़े-बड़े सौन्दर्य प्रसाधन और साबुन निर्माताओं द्वारा किया जा रहा है तथा कुछ छोटे और मध्यम स्तर के

---

21 अग्रवाल कृष्ण कुमार, मॉडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज पृष्ठ-35, 36

साबुन निर्माता भी बहुत अल्प मात्रा तरल साबुन का निर्माण कर रहे हैं।

## विशिष्ट गुणवत्ता एवं उपयोग वाले प्रमुख साबुन

तेल एवं चर्बी का क्षारों द्वारा जल अपघटन करने पर वसा अम्लों के लवण प्राप्त होते हैं। यह अभिक्रिया साबुनीकरण कहलाती है। उच्च वसीय अम्लों— स्टिअरिक, पामीटिक, ओलिइक अम्ल आदि के सोडियम और पोटैशियम लवण साबुन कहलाते हैं। वसीय अम्लों के सोडियम लवण कठोर होते हैं। इसलिए इन्हें कठोर साबुन कहा जाता है तथा पोटैशियम लवण मुलायम होते हैं। इसलिए ये मुलायम साबुन कहलाते हैं।<sup>22</sup>

साबुन में अधिकांशतः सुअर की चर्बी, गाय की चर्बी, भैंस की चर्बी, महुए का तेल, नारियल का तेल, मूंगफली का तेल, अण्डी का तेल, नीम का तेल तथा अन्य बहुत से खाद्य एवं अखाद्य तेलों का साबुनीकरण किया जाता है। प्रायः विशिष्ट गुणवत्ता युक्त एवं अलग-अलग उपयोग के साबुन बनाये जाते हैं तथा उनका उपयोग किया जाता है।

### (1) नहाने का साबुन

नहाने का साबुन ठण्डी, अर्द्ध गर्म, एवं पूर्ण उबाल विधियों में से किसी भी विधि से बनाया जा सकता है। साधारण कम मूल्य का साबुन ठण्डी एवं अर्द्ध गर्म विधि से बनाये जा सकते हैं। परन्तु उच्च गुणवत्ता एवं अधिक मूल्य के साबुन पूर्ण उबाल विधि से ही बनाये जा सकते हैं। स्नान के विविध साबुनों को बनाने की तकनीक भिन्न-भिन्न है।

### (2) कपड़ा साफ करने का साबुन

स्नान के साबुन की भाँति कपड़ा साफ करने का साबुन भी ठण्डी, अर्द्धगर्म एवं

---

22 खन्ना, जे०के०, बाउन्ट्रा, आर०के०, खन्ना, आर०के०, भौतिक तथा कार्बनिक रसायन, वर्ष 1990, पृष्ठ 823 ।

पूर्ण उबाल विधियों में से किसी भी विधि से बनाया जा सकता है। ठण्डी एवं अर्द्ध गर्म विधि से साबुन बनाते समय तेलो और कास्टिक सोडे की लाई के साथ बड़ी मात्रा में सोडियम सिलीफेट तथा सोप स्टोन का प्रयोग किया जाता है। उच्च गुणवत्ता के साबुन पूर्ण उबाल विधि से कई बार फाड़कर बनाये ।

### (3) जीवाणु नाशक साबुन .

जीवाणु नाशक साबुन कार्बोलिक एसिड तथा नीम के तेल को रगहीन एवं गन्धहीन करके बनाया जाता है।

### (4) औषधीय गुणों से युक्त साबुन :

औषधीय गुणों से युक्त साबुनों का निर्माण प्रायः सौन्दर्य प्रसाधन निर्माता संस्थानों द्वारा किया जाता है। इसका क्षेत्र अत्यन्त विस्तृत, निरन्तर विकास मान, नित्य परिवर्तशील और विविधता पूर्ण है। इस प्रकार का साबुन बनाने के लिए रेसिनसिन, सलो साइलिक एसिड, जिक आक्साइड, गन्धक मारगोसा आयल, सखिया सफेद, आयोडिन, गुलथेरिया आयल, एथरासोल, सुहागा, बोरिक एसिड, बेजोइक एसिड, फीनोल, नेप थोल, मुश्क काफूर तेल, जमाल घोट्टा, क्रीजोट आयल, लौंग का तेल तथा दाल चीनी का तेल आदि औषधीय रसायनों का आवश्यकतानुसार उपयोग किया जा सकता है।<sup>23</sup>

### (5) पारदर्शक साबुन :

इस प्रकार का साबुन बनाने के लिए साधारण साबुन की चिप्स मशीन से काटी जाती है। इन चिप्सों को सुखाकर डिस्टिलिंग नामक यंत्र में डाल कर एल्कोहल मिलाकर धीमी आँच में गर्म कर दोनों को घोटते हैं। पूरी तरह घुल जाने पर दूसरे

बर्तन में पलट देते हैं और जो गाढ़ा साबुन नीचे बच जाता है, उसे जमने के लिए साबुन में भर दिया जाता है, जमने के बाद टिकिया काटने के 3 से 4 दिन में पानी तथा एल्कोहल उड़ जाता है और पूर्ण तथा पारदर्शी साबुन तैयार हो जाता है। ये साबुन पारदर्शी एव ग्लिसरीन युक्त होने के कारण सौन्दर्य प्रिय महिलाओं तथा नवयुवकों को बहुत पसन्द होता है।<sup>24</sup>

#### (6) शैम्पू :

शैम्पू बनाने के लिए प्रमुखतः नारियल का तेल, जैतून का तेल, अण्डी का तेल, आदि के साथ कास्टिक पोटाश का उपयोग किया जाता है।

#### (7) बाल सफा साबुन :

बाल सफा साबुन का उद्देश्य मैल हटाना तथा झाग बनाना न होकर बालों की जड़ों को कमजोर कर उन्हें उखाड़ना होता है। यह कार्य सोडियम हाइड्रो सल्फाइड, बैरियम सल्फाइड एव स्ट्रान्सियम सल्फाइड आदि मिलाए गये रसायन करते हैं।

#### (8) दाढ़ी बनाने का साबुन :

दाढ़ी बनाने का साबुन एव क्रीम का उपयोग बहुत प्रचलित है। ये साबुन प्रायः बीच में गहरे गड्ढे युक्त गोलाकार टिकिया, लम्बी मोटी गोल स्टिक्स तथा पेस्ट के रूपों में तैयार किये जाते हैं।

#### (9) डिटरजेंट पाउडर :

डिटरजेंट का आशय सश्लेषित शोधक पदार्थों के रूप में प्रयोग किये जाने वाले साबुन तथा अन्य शोधक पदार्थों से लगाया जाता है। सामान्य साबुन कठोर जल में कम झाग देते हैं। कृत्रिम साबुन कठोर जल एव मृदु जल दोनों के साथ समान रूप से

झाग देते हैं, का उपयोग किया जा रहा है।<sup>25</sup> कृत्रिम साबुन में सोडियम लरिल सल्फेट एक महत्वपूर्ण डिटर्जेंट है।

नारियल का तेल जब सोडियम तथा एथिल एल्कोहल के साथ अपचयित किया जाता है। तब ग्लिसराल तथा उच्च अणुभार वाले एल्कोहल का मिश्रण प्राप्त होता है। मिश्रण में लरिल एल्कोहल सबसे अधिक मात्रा में पाया जाता है। इस लरिल एल्कोहल को सान्द्र सल्फ्यूरिक अम्ल से अभिक्रिया कराने पर लरिल सल्फ्यूरिक अम्ल बनता है। इस अम्ल की अभिक्रिया सोडियम हाईड्राक्साइड के साथ कराने पर कृत्रिम साबुन सोडियम लरिल सल्फेट प्राप्त होता है। इस कृत्रिम साबुन में सोडियम सल्फेट मिला देने पर शोधन क्रिया बढ़ जाती है।<sup>26</sup>

### साबुन तथा डिटर्जेंट का उत्पादन

साबुन तथा डिटर्जेंट का चलन सामान्य जीवन स्तर के मापदण्डों में से एक माना जाता है। जिन देशों में जीवन स्तर ऊँचा है। वहाँ साबुन और डिटर्जेंट की खपत अधिक है। प्रमुख देशों में प्रति व्यक्ति वार्षिक उत्पादन इस प्रकार है।

#### तालिका 4.1-प्रमुख देशों में प्रति व्यक्ति वार्षिक उत्पादन वर्ष 1982

देश	समस्त साबुन किलोग्राम	समस्त डिटर्जेंट किलोग्राम	कुल मात्रा किलोग्राम
अमेरिका	25	22.5	25.0
ब्रिटेन	3.3	16.3	19.6
पश्चिमी जर्मनी	2.1	18.6	20.7
भारत	1.3	6.2	7.5

स्रोत योजना अंक 16 से 30 सितम्बर 1990

25 राज नियुक्त मुद्रक एवं प्रकाशक, उत्तर प्रदेश सरकार, विज्ञान दो, वर्ष 1989, पृष्ठ 460

26 हिन्दी मासिक पत्रिका, प्रतियोगिता दर्पण, अंक अप्रैल 1990, पृष्ठ 933 ।

इन आकड़ों से स्पष्ट है कि भारत में साबुन एवं डिटरजेंट का उत्पादन एवं खपत अन्य देशों की तुलना में कम है। अमेरिका सर्वाधिक 25 किलोग्राम है। जबकि भारत में मात्र 7.5 किलोग्राम प्रति व्यक्ति उत्पादन है।

**तालिका 4.2-देश में साबुन एवं डिटरजेंट का कुल उत्पादन वार्षिक**

वर्ष	साबुन का कुल उत्पादन (टन में)	डिटरजेंट का कुल उत्पादन (टन में)
1	2	3
1987	470000	172000
1988	368749	182865
1990	427076	247407
1991	435400	453791
1992	381772	369260
1993	340336	307738
1994	335125	309738
1995	388287	452316
1996	1250000	2000000
1997	1240000	2400000
1998	1250000	2400000
1999	1280000	2600000

स्रोत 1 - सूचना एवं प्रकाशन विभाग, भारत सरकार द्वारा प्रकाशित, 'भारत' से विभिन्न वर्षों का सकलन एवं अन्तिम आकड़ा वर्ष 2002 में प्रकाशित भारत, पृष्ठ, 564

2- इण्डियन स्टेटिकल्स सब्सटैक्स वर्ष 1997-98



तालिका 42 में प्राप्त आकड़े साबुन एव डिटरजेंट के कुल उत्पादन को प्रकट करते हैं। जिसमें असंगठित एव संगठित दोनों क्षेत्रों द्वारा उत्पादित कुल साबुन एव डिटरजेंट सम्मिलित है। प्राप्त आकड़ों से स्पष्ट होता है कि कुल उत्पादन की मात्रा में काफी उतार-चढ़ाव का क्रम जारी रहा तथा अन्तिम तीन वर्षों में साबुन का कुल उत्पादन पिछले वर्षों की तुलना में लगभग तीन गुना हो गया है। जबकि डिटरजेंट का उत्पादन लगभग 13 से 14 गुना अधिक हो गया है। वर्ष 1987 में साबुन का उत्पादन 470000 टन तथा डिटरजेंट का उत्पादन 172000 टन था जो बढ वर्ष 1998 में 1250000 टन साबुन तथा 2400000 टन डिटरजेंट का उत्पादन हुआ इस प्रकार 11 वर्षों में साबुन एव डिटरजेंट के उत्पादन में अत्यधिक वृद्धि हुई। डिटरजेंट का 90 प्रतिशत उत्पादन असंगठित क्षेत्र द्वारा किया जा रहा है। वर्ष 1987 में संगठित क्षेत्र की 48 इकाईया साबुन बनाने तथा 21 इकाईया डिटरजेंट का उत्पादन कर रही थी वर्ष 1998 में संगठित क्षेत्र की 61 इकाईया साबुन बनाने तथा 26 इकाईया डिटरजेंट का उत्पादन कर रही है। वर्ष 1999 में कुल साबुन का उत्पादन 12 लाख 80 हजार टन तथा डिटरजेंट का कुल उत्पादन 26 लाख टन हुआ ।

#### साबुन तथा डिटरजेंट का प्रति व्यक्ति उपभोग

बढती हुई जनसख्या और क्रय शक्ति तथा जीवन की आधुनिकता के साथ धुलाई सामग्री की माग बढती जा रही है। नगरीय करण एव बढती हुई सावधानियों तथा अन्य अनुकूल कारकों के आधार पर वर्ष 1960 से 1980 तक प्रति व्यक्ति साबुन एव सश्लेषित शोध्य पदार्थ की खपत विश्व के महाद्वीपो में भिन्न-भिन्न रही है।<sup>27</sup>

---

27 परशुराम, के०एस०, टाटा मैग्रा हिल्स द्वारा प्रकाशित, सोप एण्ड डिटरजेंट्स, वर्ष 1999, पृष्ठ 5

**तालिका 4.3-विश्व मे साबुन एव डिटर्जेण्ट का प्रति व्यक्ति उपभोग**  
**वर्ष 1960 से 1980 (वार्षिक किलोग्राम)**

महाद्वीप	1960	1970	1980
पश्चिमी युरोप	9 7	13 8	18 9
पूर्वी युरोप	6 5	6 5	8 6
उत्तरी अमेरिका	12 8	20 2	30 1
अमेरिका केन्द्रीय	4 1	6 9	7 8
दक्षिणी अमेरिका	4 6	4 7	7.8
अफ्रीका	2 3	2 3	3.2
एशिया	1 0	1.2	2 1
विश्व औसत	3 8	4.6	6.3
भारत	0 99	1 2	1.6

स्रोत - परशुराम के०एस०, टाटा मैग्रा हिल्स द्वारा प्रकाशित सोप एण्ड डिटर्जेन्ट वर्ष 1999,

पृष्ठ 5

विश्व मे साबुन एव सश्लेषित शोधक पदार्थ का प्रति व्यक्ति उपभोग वर्ष 1992 मे 9 किलोग्राम था जबकि भारत मे 2 4 किलोग्राम रहा था।

#### साबुन तथा डिटर्जेण्ट की अनुमानित माग

देश मे हाल के वर्षो मे साबुन तथा सश्लेषित शोधक पदार्थ का उत्पादन लगभग 12 5 लाख टन साबुन तथा 24 लाखटन सश्लेषित शोध्य पदार्थ हुआ सम्पूर्ण साबुन के बाजार मे साबुन एवं डिटर्जेण्ट की माग का अनुपात लगभग 40:60 है। आगामी वर्षो मे साबुन एव सश्लेषित शोध्य पदार्थ की अनुमानित माग इस प्रकार है।<sup>28</sup>

28 परशुराम, के०एस०, सोप एण्ड डिटर्जेण्टस् , पृष्ठ 5

#### तालिका 4.4-साबुन तथा डिटरजेंट की अनुमानित माँग

वर्ष	डिटरजेंट मिलियन टन	साबुन (मिलियन टन)	कुल योग (मिलियन टन)
1992	1 43	0 95	2.38
1993	1 57	0 98	2.58
1994	1 73	1 01	2 74
1995	1 91	1 03	2 94
2000	2 93	1 25	4 18

स्रोत - आठवीं पंचवर्षीय योजना में सकलित सांख्यिकीय आकड़ों के आधार पर अनुमानित किया गया।

साबुन एवं डिटरजेंट का प्रयोग न केवल नहाने, बाल धुलने, कपड़ा साफ करने, बर्तन साफ करने तथा टायलेट साफ करने में होता है बल्कि इसका उपयोग टैक्सटाइल एवं इंजीनियरिंग उद्योग में भी किया जाता है। निःसंदेह साबुन का उत्पादन अन्य औद्योगिक क्षेत्रों की प्रगति के साथ जुड़ा हुआ है। वर्तमान स्थिति को देखते हुए यह अनुमान लगाया जा सकता है कि भविष्य में भारत में भी साबुन एवं डिटरजेंट के खपत में अत्यधिक बढ़ोत्तरी होने की संभावना है।<sup>29</sup> साबुन एवं डिटरजेंट की मांग वर्ष 1990 में 1.91 मिलियन टन थी जो वर्ष 2000 तक बढ़कर लगभग 4.18 मिलियन टन हो गई। आगामी भविष्य में यह अनुमान लगाया गया है कि आगामी 10 वर्षों में अर्थात् 2010 तक 10.54 मिलियन टन साबुन एवं डिटरजेंट की मांग प्रतिवर्ष होगी।<sup>30</sup>

---

29 भारत सरकार, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय प्रकाशन विभाग योजना अंक, 16 से 30 सितम्बर वर्ष 1990, पृष्ठ 11

30 परशुराम के.एस., टाटा मैग्रा हिल्स द्वारा प्रकाशित, सोप एण्ड डिटरजेंट्स, पृष्ठ-5

## साबुन तथा डिटर्जेंट उद्योग की उपयोगिता :

साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग की उपयोगिता पर यदि गहराई से विश्लेषण करें तो उत्पादन से लेकर उत्पाद तक कई बिन्दु उभरकर सामने आते हैं। जहाँ एक ओर साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग असंगठित क्षेत्र में युवकों को स्थानीय स्तर पर रोजगार उपलब्ध कराता है। वहीं दूसरी तरफ जीव एवं विभिन्न वनस्पतियों के अवशिष्ट पदार्थों का उपयोग भी अपने में समाहित करता है। पुनः इस उद्योग के उत्पाद के उपयोगिता के सदर्भ में अधिक कुछ कहने की आवश्यकता प्रतीत नहीं होती है। ऐसा इसलिए क्योंकि व्यक्ति की प्रातः कालीन दिनचर्या ही साबुन से प्रारम्भ होती है तथा रात में सोने के पूर्व तक विभिन्न पहलुओं में इसका उपयोग होता रहता है। साबुन एवं डिटर्जेंट की उपयोगिता अभी अपने निरन्तर विकास क्रम में है। जिस प्रकार से जीवन की विभिन्न परिस्थितियाँ सामाजिक एवं आर्थिक पहलुओं से अछूती नहीं हैं ठीक उसी प्रकार साबुन एवं उसके विविध उत्पाद की उपयोगिता भी सामाजिक एवं आर्थिक पहलुओं पर निर्भर करती है। वर्तमान आर्थिक एवं सामाजिक दृष्टिकोण से साबुन एवं विविध उत्पाद के उपयोग के सदर्भ में उपभोक्ताओं को निम्न श्रेणियों में विभक्त किया जा सकता है।

### (क) उच्च श्रेणी के उपभोक्ता

इस उपभोक्ता श्रेणी के अन्तर्गत ऐसे लोग आते हैं। जिनका दृष्टिकोण एवं रहन-सहन अन्य सामाजिक एवं आर्थिक स्थिति वाले वर्ग की तुलना में अधिक परिष्कृत होता है। जिसके कारण वे अपने सामाजिक एवं आर्थिक स्तर को दृष्टगत रखते हुए अपने उपभोग की वस्तुओं को भी गुणवत्ता और कीमत के आधार पर निर्धारित करते हैं। वस्तुतः ऐसा कुछ साबुन एवं डिटर्जेंट तथा इसके विविध उत्पाद के साथ भी हुआ। इस वर्ग के उपभोक्ताओं द्वारा अधिकांशतः उच्च गुणवत्ता एवं उँची कीमत के साबुन एवं डिटर्जेंट का उपयोग किया जाता है। यथा नहाने का साबुन डब, पीयर्स, पॉण्डस,

लक्स इन्टरनेशनल, लेसासी, धुलाई के साबुन एव डिटर्जेंट में एरियल पाउडर, एरियल साबुन, रिन पाउडर, रिनकेक, हार्पिक टायलेट क्लीनर, विम अल्ट्रा, रसायनिक एव हरबल शैम्पू में पाण्डस, ओल्ड स्पाइस, पामोलिव पेन्टीन, हेड एण्ड सोल्डरस, आदि का प्रचार एव प्रसार तत्र के माध्यम से उपयोग में उत्तरोत्तर वृद्धि होती जा रही है।

### (ख) मध्यम श्रेणी के उपभोक्ता

इस वर्ग के उपभोक्ता प्रायः अपने पूर्ववर्ती एव उत्तरवर्ती श्रेणियों का अनुकरण कर सामाजिक दृष्टि से उच्च वर्ग के समान्तर एव आर्थिक दृष्टि से निम्न वर्ग को भी स्पर्श करते हैं। इस प्रकार इस वर्ग के उपभोक्ताओं की मानसिक प्रवृत्ति द्वन्द्व से ग्रसित होती है और वे सदैव अपनी सामाजिक एव आर्थिक स्थिति के अनुसार अपने उपयोग एव उपभोग की वस्तु का चयन करते हैं और मध्य मार्ग का अनुसरण करके गुणवत्ता एव कीमत में सामंजस्य स्थापित करते हुए अपना निर्वाह करते हैं। साबुन एव डिटर्जेंट के उपयोग के सम्बन्ध में भी इसी प्रवृत्ति का अनुकरण करते हैं।

### (ग) निम्न श्रेणी के उपभोक्ता

प्रायः इस वर्ग के उपभोक्ताओं की मानसिक स्थिति ऐसी नहीं होती है कि ये उच्च वर्ग एव मध्यम वर्ग की तरह जीवन यापन करना ही नहीं चाहते बल्कि यह इनकी आर्थिक स्थिति पर बहुत कुछ निर्भर करता है। जिससे इनकी उपयोग एव उपभोग की वस्तुओं में मानव निर्मित उत्पादों के साथ-साथ प्राकृतिक ससाधनों का प्रत्यक्ष प्रयोग होता रहता है। सामान्यतः इस वर्ग द्वारा साबुन एव डिटर्जेंट का उपभोग असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत संचालित लघु, कुटीर एव ग्रामोद्योग के उत्पाद को पर्याप्त महत्व देते हैं। जिसका मूल इनकी आर्थिक स्थिति है। यही कारण है कि ये प्राचीन परम्पराओं से प्राप्य प्राकृतिक वस्तुओं (यथा— दही, बेसन, चोकर, एव कुछ वनस्पतियों की जड़े, पत्ती, तथा छाल) का धुलाई एव सफाई प्रयोजन हेतु कुछ मात्रा में प्रयोग करते हैं।

## साबुन एव डिटर्जेंट उद्योग का दुष्प्रभाव

जैसा कि विदित है कि साबुन व साबुन उद्योग का उद्देश्य ही शारीरिक एव अलकारिक स्वच्छता है। परन्तु इसका दुष्प्रभाव भी उद्देश्य से कम नहीं है। एक तरफ तो यह त्वचीय जीवाणुओं को नष्ट करता है तथा दूसरी तरफ चर्म रोग का कारण भी बनता है एव त्वचा की परत को भी छति पहुँचाता है साथ ही साबुन एव डिटर्जेंट की झाग से जल प्रदूषण होता है। जिससे जल में अपशिष्ट पदार्थों को नष्ट करने वाले जीव जन्तुओं का विनाश होता है।

साबुन एव डिटर्जेंट के साथ साबुन एव डिटर्जेंट उद्योग भी कम हानिकारक नहीं है। क्योंकि इसमें ईंधन के रूप में प्रयुक्त लकड़ी कुछ सीमा तक हरित गृह प्रभाव का कारण बनती है तथा जन्तु वसा के पिघलाने जाने से भी वायु प्रदूषण फैलता है और कारखाने से निकलने वाले अपवर्ज्य पदार्थ घरेलू कचरे भी मृदा प्रदूषण का कारण बनते हैं।

साबुन एव डिटर्जेंट उद्योग के दुष्प्रभावों को कतिपय बिन्दुओं को ध्यान रखते हुए कुछ सीमा तक कम अवश्य किया जा सकता है। साबुन उद्योग में प्रयुक्त उच्च शक्ति के रसायनों (यथा—कार्बोनेट, ग्लिसराल एव सोडियम) का उपयोग कम से कम मात्रा में किया जाना चाहिए, तथा प्राकृतिक ससाधनों पर निर्भर होना चाहिए। सरकार को चाहिए कि वैज्ञानिक शोधों के माध्यम से ऐसी युक्ति विकसित कराये जिससे त्वचीय एव चर्म रोगों के बढ़ते प्रकोप को कम करने में सहायक हो सके।

साबुन उद्योग के कारखानों को यथा सम्भव आवासीय क्षेत्र से पृथक रखना समीचीन होगा साथ ही शासन द्वारा प्रदूषण नियन्त्रण बोर्ड के माध्यम से उत्पादक वर्ग को सुझाव एव प्रशिक्षण के माध्यम से अधिकाधिक साधन उपलब्ध कराया जाय जिससे

पर्यावरण प्रदूषण को कम किया जा सके। उत्पादक वर्ग को चाहिए कि वे कार्बन निष्काषित करने वाले ईंधन के स्थान पर अन्य ईंधन प्रयुक्त करें।

उत्पादक वर्ग द्वारा अपने उत्पाद के आवरण पर “वैधानिक चेतावनी” शीर्षक अंकित कर यह सुझाव दिया जाना चाहिए कि उपभोक्ता वर्ग कम उपयोग के माध्यम से त्वचीय रोग तथा सार्वजनिक स्नान घाटों, धोबी घाटों, खुले कुएँ एवं नदियों में साबुन एवं डिटरजेंट का उपयोग न करें। जिससे जल प्रदूषण को भी कुछ सीमा तक नियन्त्रित किया जा सकता है साथ ही शासकीय सहयोग के माध्यम से घरेलू अपवर्ज्य पदार्थों के एकत्रीकरण हेतु जल कुड का निर्माण कर मृदा प्रदूषण एवं जीव जन्तुओं (जो अपवर्ज्य जल के पीने द्वारा) की आप्राकृतिक मृत्यु पर भी नियन्त्रण पाया जा सकता है।

### **साबुन एवं डिटरजेंट की समस्या एवं समाधान .**

वस्तुतः साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग अधिकाधिक मात्रा में अब तक असंगठित क्षेत्र में फला फूला कम से कम लागत से इस उद्योग का प्रारम्भ हो जाता रहा है। क्योंकि आवश्यक कच्चा माल ग्रामीण परिवेशों में सामान्य कीमत पर उपलब्ध होता रहा है। पिछले कुछ दशक पूर्व से संगठित क्षेत्र के इस उद्योग में सलग्न होने से इसके विकास को गति मिली। इसके बावजूद भी साबुन उद्योग को अभी भी विभिन्न प्रकार की समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है।

#### **1 कच्चे माल की समस्या :**

साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग के लिए मुख्य कच्चा पदार्थ, खाद्य अखाद्य तेल, वसा, विविध रसायनिक पदार्थ (कास्टिक, सोडा, सोडा एश ग्लिसराल, सल्फ्यूरिक एसिड, एसिटिक एसिड आदि) ईंधन के रूप में लकड़ी आदि हैं। इन कच्चे पदार्थों का उपयोग विभिन्न प्रकार के उद्योगों में होने के कारण साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग को

उचित समय पर समुचित मात्रा में उपलब्ध नहीं हो पाता है। फलतः औद्योगिक इकाई अपनी उत्पादन क्षमता को पूरा करने में असमर्थ रहती है।

इस समस्या के समाधान हेतु खाद्य तेल एवं वसा की कमी को पूरा करने के लिए अखाद्य तेलों का उपयोग करना चाहिए। विविध रसायनिक पदार्थों के उत्पादन में वृद्धि कर एक निश्चित मात्रा इस उद्योग के लिए उपयोग का निर्धारण किया जाना चाहिए, ईंधन के रूप में लकड़ी के स्थान पर एल०पी०जी० गैस या विद्युत के उपयोग को बढ़ावा दिया जाना चाहिए। एल०पी०जी० एवं विद्युत के उपयोग से पर्यावरण प्रदूषण की समस्या को कम किया जा सकता है।

## **2 क्षमता के अपूर्ण उपयोग की समस्या -**

इस उद्योग के समक्ष उत्पादन क्षमता के अल्प उपयोग की समस्या विद्यमान है। कच्चे माल की कमी, कुशल एवं प्रशिक्षित श्रमिकों की कमी वित्त एवं आधुनिकीकरण की समस्या तथा शासकीय कार्य प्रणाली में व्याप्त जटिलता आदि के कारण असंगठित एवं रागठित क्षेत्र के अन्तर्गत स्थापित औद्योगिक इकाईया अपनी निर्धारित उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग नहीं कर पा रही हैं जिसके कारण उनकी उत्पादन लागत में वृद्धि होती है।

इस समस्या के निवारण हेतु कार्यरत औद्योगिक इकाईयों को सर्वप्रथम शासकीय कार्य प्रणाली में व्याप्त जटिलताओं को दूर कर विविध वित्तीय योजनाओं के द्वारा वित्तीय सुविधाएं प्रदान करना चाहिए तथा इन इकाईयों को आधुनिक तकनीक का उपयोग करने एवं नवीनीकरण हेतु प्रोत्साहित करना चाहिए।

## **3. प्रशिक्षित श्रमिकों का अभाव :**

देश में आज भी उच्च तकनीकी विशेषज्ञों एवं रसायनिक प्रयोगशालाएं सीमित



मात्रा में उपलब्ध है। जिसके कारण साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग क्षेत्र में कुशल प्रशिक्षित एवं तकनीकी श्रमिकों के कमी की समस्या विद्यमान रहती है। फलस्वरूप औद्योगिक इकाईया अपनी उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग नहीं कर पाती हैं।

उद्योग क्षेत्र में औद्योगिक इकाईयों की इस समस्या के समाधान करने के लिए सरकार द्वारा जिला उद्योग केन्द्रों, औद्योगिक प्रशिक्षण केन्द्रों, अनुसंधान केन्द्रों तथा प्रयोगशालाओं के माध्यम से अधिकाधिक संख्या में व्यक्तियों को प्रशिक्षण का समुचित अवसर उपलब्ध कराना चाहिए।

#### **4 अनार्थिक इकाईयों की समस्या .**

पिछले कुछ वर्षों में भारतीय पटल पर साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग से सम्बन्धित संगठित एवं असंगठित औद्योगिक क्षेत्र में औद्योगिक रुग्णता की समस्या विकराल रूप धारण कर रही है। यह औद्योगिक रुग्णता न केवल मालिकों एवं कर्मचारियों को प्रभावित करती है, बल्कि सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था एवं समाज को प्रभावित करती है इससे उपलब्ध प्राकृतिक एवं राष्ट्रीय संसाधनों का दुरुपयोग होता है।

इसलिए रुग्णता की समस्या के निदानार्थ समुचित उपायों पर ध्यान देने के साथ औद्योगिक रुग्णता के सभी पहलुओं यथा —इसके कारणों की गहनता एवं अब तक पुनरुद्धार सम्बन्धी उठाये गये कदमों का विश्लेषण करना आवश्यक है। औद्योगिक इकाई को रुग्णता से बचाने के लिए समय पर समुचित सहायता प्रदान की जानी चाहिए। यदि सम्भव हो तो रुग्ण इकाई को स्वस्थ इकाई में सविलयन कर दिया जाना चाहिए तथा सरकार द्वारा रुग्ण इकाई का प्रबन्ध अपने हाथ में ले लेना चाहिए।

#### **5. क्षेत्रीय विषमता की समस्या :**

साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग की महत्वपूर्ण समस्या क्षेत्रीय असंतुलन की है।

जिसके कारण राज्यीय एवं अंतर्राज्यीय कर की समस्या, तथा परिवहन की समस्या विद्यमान रहती है। उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुंचाने में विभिन्न प्रकार की वाणिज्यिक जटिलताओं का सामना करना पड़ता है। उपभोक्ताओं की आवश्यकता के अनुरूप उत्पाद की आपूर्ति नहीं हो पाती है।

सरकार द्वारा इस समस्या के समाधान के लिए साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग के उत्पाद पर राज्य स्तरीय एवं अंतर्राज्यीय कर में छूट तथा व्यापारिक, वाणिज्यिक क्रियाओं में व्याप्त जटिलताओं को समाप्त कर समुचित परिवहन सुविधाएं प्रदान करना चाहिए। नई औद्योगिक इकाई की स्थापना, औद्योगिक दृष्टि से पिछड़े इलाकों में औद्योगिक बस्ती का निर्माण करना चाहिए।

## **6. परिवहन की समस्या**

यद्यपि परिवहन औद्योगिक विकास का एक महत्वपूर्ण घटक होता है। इसलिए साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग में भी परिवहन की सुविधा पर विचार करना प्रसंगानुकूल होगा। भारत गांवों का देश है। साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग अभी भी बहुतायत सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में स्थापित है। मार्गों की जटिलता परिवहन में बाधक है बिना इसकी समुचित व्यवस्था के कच्चे माल की उपलब्धता एवं विपणन व्यवस्था सुचारु रूप से संचालित नहीं हो पाती है। फलतः उद्योग अपने वांछित लक्ष्य को पाने में असमर्थ साबित होते हैं।

साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग के निर्माण स्थलों को सड़क एवं रेल पटरियों के द्वारा सम्पर्क मार्गों से जोड़कर परिवहन की समस्या से निपटा जा सकता है। जिससे साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग अपने लक्ष्य को प्राप्त करने में काफी हद तक समर्थ हो सकते हैं।

## साबुन एव डिटरजेंट उद्योग की वर्तमान स्थिति

वर्तमान औद्योगिकरण के सदर्थ में साबुन एव सश्लेषित शोध्य पदार्थों का उत्पादन असंगठित एव संगठित दोनों क्षेत्रों द्वारा किया जा रहा है । इस क्षेत्र में असंगठित तथा संगठित दोनों औद्योगिक क्षेत्रों के सम्मिलित होने के कारण इसका क्षेत्र विस्तृत हो गया तथा उत्पादन बड़े पैमाने पर हो रहा है। परन्तु अभी भी इसकी माग और खपत को देखते हुए उत्पादन पर्याप्त नहीं है और इस उद्योग का भविष्य अत्यन्त उज्ज्वल माना जा सकता है।

असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत लघु, कुटीर, एव ग्रामोद्योग द्वारा कपड़ा धोने का साबुन तथा डिटरजेंट पाउडर का उत्पादन इसके कुल उत्पादन का लगभग 90 प्रतिशत किया जा रहा है परन्तु नहाने का और सौन्दर्य युक्त सुगन्धित साबुनों का उत्पादन न के बराबर किया जाता है। आज देश में संगठित क्षेत्र की विभिन्न राष्ट्रीय एव बहुराष्ट्रीय कम्पनियों द्वारा विविध प्रकार के साबुन, डिटरजेंट एव शैम्पू का उत्पादन बड़ी मात्रा में किया जा रहा है। राष्ट्रीय कम्पनियों के कुछ प्रमुख नहाने के सुगन्धित साबुन एव शैम्पू उत्पाद इस प्रकार हैं, जैसे—चन्दन, चन्द्रिका, कुटीर, होमो कोल, ससार गोल्ड मिस्ट, सनम, जैस्मोन, केश निखार, सन्दल नन्दन, स्वास्तिक, कुमकुम, निरमाबॉथ, पिन्स, रलक, स्नेह हिमारी (ग्लिसरीन) मैसूर (सन्दल), जय, खस नीम, कार्बोलिक, शिकाकाई, रोज, मार्गो, अफगान ब्यूटी, चित्रलेखा, कस्तूरी मोती, वन श्री, वृन्दा, सन्तूर, विजिल, गंगा, गोदरेज, क्लासिक, नेचर केयर शैम्पू, स्वास्तिक शैम्पू, अफगान नेचुरल शैम्पू, आर्निका शैम्पू, हेयर केयर शैम्पू, बेलवेट, डाबर, अलिकेश, मेघदूत शैम्पू आदि।

राष्ट्रीय कम्पनियों द्वारा डिटरजेंट एव कपड़ा साफ करने, बर्तन धुलने तथा टायलेट साफ करने के लिए कुछ प्रमुख उत्पादित ब्राण्ड इस प्रकार हैं। जैसे —निरमा टिकिया, निरमा पाउडर, डाक्टर, फेना, प्लस, सासा, डेट, डाट हिपोलीन, धारा,

सुपरफाइन, अवतार, सर्वोदय, टी-सीरिज, मनी, की, महक, स्वराजय, मीरा, घडी, नौलखा, बाबी, 501,555, 255 केक, पीताम्बरी, आधुनिक, विमल, पी०एस०एम०, एक्सपेलर (क्लीनिंग पाउडर), ईगल (क्लीनिंग पाउडर), सनी फ्रेशन (टायलेट क्लीनर), जेटिल, टापशॉट, ईजी, अशोक रुबी, सगम ज्योति आदि।

साबुन व डिटरजेंट उद्योग क्षेत्र में अनेक बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ अपने विविध उत्पाद का निर्माण तथा विक्रय कर रही हैं। ये प्रमुख कम्पनियाँ एवं उनके उत्पाद इस प्रकार हैं। जैसे— हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड, जॉनसन एण्ड जॉनसन लिमिटेड, पॉण्डस लिमिटेड, प्राक्टर एण्ड गैम्बल इण्डिया लिमिटेड, आई०सी०आई०, सी०एम०सी० इण्डिया लिमिटेड, शैल इण्डिया लिमिटेड, कोल फैक्स लेबोरेटरीज इण्डिया लिमिटेड, कोलगेट पामोलिव इण्डिया लिमिटेड, ज्यौफ्री मैन्स एण्ड कम्पनी लिमिटेड आदि कम्पनियों द्वारा उत्पादित नहाने का साबुन व सुगन्धित साबुन एवं शैम्पू की विभिन्न किस्म इस प्रकार हैं। जैसे — लक्स, लक्स सुप्रीम, लक्स इण्टरनेशनल, रेक्सोना, लिरिल, लाइफबॉय, लाइफबॉय पर्सनल, लाइफबॉय गोल्ड, ब्रीज, पियर्स ग्लिसरीन, जॉनसन (बेबी सोप), पाण्डस, क्लियरसि, डेटॉल, नीको, लेसासी, ओके, पाण्डस, शैम्पू, ओल्ड स्पाइस शैम्पू, हेलो शैम्पू, हिना शैम्पू, पामोलिव शैम्पू, क्लीनिक स्पेशल शैम्पू, क्लीनिक प्लस शैम्पू, सन्सिलक शैम्पू, क्लियरसिल शैम्पू, मेडिकेयर शैम्पू, ग्लीम शैम्पू आदि<sup>31</sup> बहु राष्ट्रीय कम्पनियाँ साबुन, डिटरजेंट पाउडर्स, डिटरजेंट टिकिया तथा अन्य कपड़ा धुलने, बर्तन धुलने, दाढ़ी बनाने, बाल सफा करने, टायलेट साफ करने आदि साबुनों का उत्पादन कर रही हैं। जिसकी प्रमुख ब्राण्ड निम्न हैं— एरियल पाउडर, सर्फ, अल्ट्रा, रिन केक, रिनपाउडर, सनलाइट केक, सनलाइट पाउडर, व्हील केके, व्हील पाउडर, सर्फ पाउडर,

---

31 गांधी विचार एवं शान्ति अध्ययन संस्थान द्वारा प्रकाशित, विदेशी सामानों के देशी

चेककेक, चेक पाउडर, हारपिक टायलेट क्लीनर, बूल वाथ, विम केक, विमवार पाउडर, निप क्लीनिंग पाउडर आदि साबुन की विभिन्न किस्म एव ब्राण्ड जो सगठित क्षेत्र की कम्पनियो द्वारा उत्पादित किया जा रहा है। जो उपभोक्ताओ की माग के अनुसार बाजार मे उत्पाद उपलब्ध है। साबुन उद्योग का विकास भविष्य मे अत्यधिक होने की सभावना है।

# પંચમ અધ્યાય

## असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग

प्राचीन काल में भारत अपने असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत ग्रामोद्योग, कुटीर उद्योग तथा लघु उद्योग द्वारा निर्मित वस्तुओं के लिए विश्व विख्यात था । यह कहना अतिशयोक्ति न होगा कि भारतीय विकेन्द्रीकृत अर्थव्यवस्था में उद्योग का प्रारम्भ ही असंगठित क्षेत्र में हुआ, इस प्रकार यह माना जा सकता है कि साबुन उद्योग का प्रारम्भ भी असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत हुआ ।

सफाई के लिए प्रयुक्त किए जाने वाले पदार्थ को अपमार्जक कहते हैं ।<sup>1</sup> मानव सभ्यता की प्रारम्भिक अवस्था में जब मानव अपने तन को ढकने के लिए शिकार किए गये पशुओं की खाल को पहनना चालू किया उस समय खाल को साफ करने के लिए नदियों और झरनों के बहते हुए स्वच्छ जल का प्रयोग किया । इस प्रकार पानी पहला मैल और गन्दगी सफाई करने वाला अपमार्जक बना ।

सभ्यता और संस्कृति के कुछ चरण व्यतीत होने के पश्चात् मानव ने पशुओं के बालों एवं कपास से वस्त्र बुनना एवं सूत काटना सीखा साथ ही सफाई के लिए विभिन्न प्रकार की मिट्टियों और लवणों को अपमार्जक के रूप में प्रयोग किया । कालान्तर में क्षारीय मिट्टियों और लवणीय मिट्टियों से विभिन्न प्रकार के नमक और क्षार अलग निकाल कर प्रयोग किये जाने लगे । प्राकृतिक क्षारों को विविध प्रकार की मिट्टियों से पहली बार, कहाँ और कब शुद्ध रूप में क्षार अलग किया गया । इसका कोई प्रमाणिक साक्ष्य तो नहीं मिलता परन्तु अठारहवीं शताब्दी में यह कार्य काफी बड़े पैमाने पर किया जाने लगा और एक उद्योग का रूप ले लिया था ।<sup>2</sup>

---

1 राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद विज्ञान भाग दो, पृष्ठ , 177

2 अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटरजेंट्स क्लीनिंग पाउडर्स व एसिड स्लरी, पृष्ठ, 9

आवश्यकता ही अविष्कार की जननी है । जैसे-जैसे मानवीय सभ्यता और सस्कृति का विकास हुआ वैसे-वैसे मानवीय आवश्यकताएँ बढ़ती गयीं तथा अपमार्जक के रूप में प्रयुक्त पदार्थ साबुन एवं डिटरजेंट कहलाये । कुछ ऐतिहासिक साक्ष्यों से ज्ञात होता है कि आज के 2000 वर्ष पूर्व साबुन एवं डिटरजेंट का प्रचलन रोमवासियों में था । रोमवासियों द्वारा बकरी की चर्बी और करेन्ज की लकड़ी की राख से साबुन बनाया जाता था ।<sup>3</sup>

भारतीय सदर्थ में ग्रामीणों एवं नागरिकों में तन की सफाई के लिए स्नान से पहले उबटन लगाने की परम्परा अति प्राचीन काल से चली आ रही है । परन्तु इसका प्रयोग प्रायः महिलाएँ ही करती थीं क्योंकि उबटन लगाने के लिए घंटों का समय चाहिए । कपड़ों और शरीर की सफाई के लिये आसानी से प्रयोग की जाने वाली वस्तु की खोज में वैज्ञानिक वर्षों तक लगे रहे और अन्त में वह इस कार्य के लिए सोड़े और तेल के मेल से एक विशिष्ट वस्तु बनाने में सफल हो गये । कास्टिक सोड़ा, तेल और पानी को विशिष्ट प्रक्रिया से एक जगह मिलाकर तैयार किए गये । इस नये उत्पाद को साबुन का नाम दिया गया । सामाजिक परिवर्तन, औद्योगिक विकास और समय की माग के अनुरूप नहाने, कपड़े धोने, और अन्य विविध कार्यों के लिए तरह-तरह के साबुन बनाये जाने लगे, आज बाजार में सस्ते-सस्ते एवं महंगे से महंगे साबुन चकत्तियों के रूप में तो मिलते ही हैं । तरल और पाउडर के रूप में भी बड़ी मात्रा में उपलब्ध है ।<sup>4</sup>

### साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग का क्रमिक विकास

साबुन उद्योग का प्रारम्भ असंगठित क्षेत्र में हुआ यह पूर्णतया सत्य माना जा

---

3 हिन्दी मासिक पत्रिका प्रतियोगिता दर्पण, अक अप्रैल, 1990, पृष्ठ 933

4 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ , 28



सकता है । प्रारम्भ में साबुन छोटे-छोटे ग्रामीणों एवं नगरीय उद्यमियों द्वारा खाद्य-अखाद्य तेलों का क्षार, सोडा, एश, कास्टिक सोडा आदि के सम्मिश्रण से बनाया जाता था । देश में आजादी के पूर्व तक यह प्रक्रिया अत्यन्त मन्द गति से होती थी । बल्कि यह कहाँ जा सकता है कि इस समय तक साबुन उद्योग औद्योगिक दृष्टि से अत्यन्त पिछड़ा हुआ और न के बराबर था ।

आजादी के पश्चात् साबुन उद्योग के क्षेत्र में प्रगति हुई । समय बदला और युग बदला इसी के तहत आजादी के 6 वर्ष बाद साबुन उद्योग का जन्म हुआ माना जा सकता है । जब ग्रामीणों एवं नागरिकों ने लोक सज्जा रह और नोना मिट्टी को छोड़ कर साबुन की ओर आकर्षित होने लगे ।<sup>5</sup> अभी तक दूसरे देशों की तुलना में देश में साबुन की खपत बहुत कम होती थी । वर्ष 1954 में देश में प्रति व्यक्ति प्रति वर्ष साबुन की खपत मात्र 12.5 औंस (छ छटाक) थी । जबकि पश्चिमी देशों में प्रति व्यक्ति प्रति वर्ष औसतन 400 औंस साबुन की खपत होती थी ।

देश में वर्ष 1952-53 में एक सर्वेक्षण रिपोर्ट से ज्ञात हुआ कि इस वर्ष लगभग बीस लाख मन खाद्य तेल का उपयोग साबुन बनाने में किया गया ।<sup>6</sup> खाद्य तेलों का औद्योगिक उपयोग बढ़ता जा रहा था, जिसे कम करने के लिए अखाद्य तेलों की ओर झुकना पड़ा । देश में ऐस वन-वृक्ष बहुतायत है । जिनके फलों से ये अखाद्य तेल पैदा किये जा सकते हैं, जिनका पूर्णतया उपयोग साबुन उद्योग में किया जा सकता है । यदि अखाद्य तिलहनो का संग्रहण किया जाय और उनका तेल निकाल कर साबुन उद्योग के काम में लिया जाय तो बहुत से व्यक्तियों को रोजगार मिल सकता है, तथा जो खाद्य तेल साबुन बनाने के काम में आते हैं । उनकी बचत हो सकती है और उन्हें खाने के काम में लिया जा सकता है । वर्ष 1955-56 में यह

---

5 समाचार पत्र दैनिक "राष्ट्रीय सहारा" 28 अप्रैल 2001

6 गुप्ता भोलानाथ, ग्रामोद्योग, पृष्ठ, 43

अनुमान लगाया गया था कि अखाद्य तिलहनो के संग्रहण में लगभग 12 लाख व्यक्तियों को रोजगार मिला था । संग्रह किये हुए तिलहनो को पेरने के काम में साठ हजार तथा साबुन बनाने के उद्योग में तीस हजार व्यक्तियों को रोजगार मिला था ।

दूसरी पचवर्षीय अयोजना काल में देश में साबुन की औसत खपत 36 औंस प्रति व्यक्ति प्रति वर्ष हो गयी तथा यह अनुमान लगाया गया था कि देश में लगभग तीन लाख टन साबुन का उत्पादन होगा ।<sup>7</sup> साबुन की खपत दिनो-दिन बढ़ती रही जिसे पूरा कर पाना एक औद्योगिक इकाई को नामुमकिन हो गया । खपत देखते हुए साबुन बनाने की औद्योगिक इकाइयाँ बढ़ती गयी और धीरे-धीरे साबुन उद्योग पूरे देश में फैल गया ।

साबुन आज वास्तव में किसी एक वस्तु का नहीं वरन् वस्तुओं के एक विस्तृत वर्ग का नाम है, जिसमें कपड़े धोने और नहाने के काम आने वाले उपादानों के साथ-साथ दाढ़ी बनाते समय लगाए जाने वाले और शरीर के विविध अंगों के बाल साफ करने वाले साबुन आते ही हैं उद्योगों में सफाई के लिये प्रयोग किए जाने वाले पेस्ट और डिटरजेंट तक इस वर्ग के अन्तर्गत आते हैं ।<sup>8</sup>

साबुन उद्योग क्षेत्र में क्रान्तिकारी परिवर्तन बीसवीं सदी के उत्तरार्ध में हुआ जब पेट्रोलियम के सह-उत्पाद के रूप में अनेक ऐसे रसायन भी तैयार किये जाने लगे जो वस्त्रों की धुलाई में काम आ सकते थे ।<sup>9</sup> इस वर्ग के रसायनों को कृत्रिम डिटरजेंट या सिन्थेटिक डिटरजेंट्स कहा जाता है । मात्र पच्चीस वर्ष के अन्दर ही इस वर्ग के सिन्थेटिक डिटरजेंटों ने धुलाई-सफाई के परम्परागत उपादानों और साबुन के बाजार

---

7 गुप्ता भोलानाथ, ग्रामोद्योग, पृष्ठ, 44

8 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ, 29

9 अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटरजेंट्स क्लीनिंग पाउडर्स व एसिड स्लरी, पृष्ठ, 10

पर इस प्रकार कब्जा जमा लिया है कि जब हम केवल डिटरजेंट्स शब्द का प्रयोग करते हैं तब हमारा अभिप्रायः पायः इन सिन्थेटिक डिटरजेंटों से होता है ।<sup>10</sup>

### साबुन बनाने की विविधियाँ :

साबुन एक चरणबद्ध निर्माण प्रक्रिया से गुजरने के बाद ही अपने अन्तिम रूप में आता है । साबुन का वास्तविक निर्माण जिस चरण में होता है । वह है तेलों के मिश्रण में तैयार कास्टिक सोडा लाई मिलाकर और उन दोनों को अच्छी तरह घोट पीसकर एक दूसरे पर क्रिया-प्रक्रिया करने के लिए अभिप्रेरित करना, साबुन निर्माण की इस प्रक्रिया में न तो विशेष दक्षता की आवश्यकता होती है न अधिक तकनीकी कौशल की न तो विशिष्ट मशीनों और उपकरणों की अनिवार्य आवश्यकता है और न ही ताप एवं विद्युत के अभाव में काम रुकता है । यह पूर्णतया श्रम आधारित मशक्कत का कार्य है ।<sup>11</sup> इसलिए असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों द्वारा साबुन बनाने की ठण्डी और अर्द्धगर्म विधि को अपनाया जाता है ।

### ठण्डी विधि या शीत विधि :

असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा ठण्डी एवं शीत विधि का प्रयोग अधिक किया जाता है । यह विधि सबसे आसान सबसे कम उपकरणों की सहायता से सम्पन्न की जा सकने वाली और कितनी भी मात्रा में साबुन बनाने में समर्थ है । इस विधि से तैयार साबुन को कच्चा साबुन कहते हैं ।

ठण्डी विधि से साबुन बनाते समय सर्वप्रथम जिन तेलों या जिस तेल मिश्रण का साबुन बनाना हो उन्हें साफ कड़ाही में डालकर आपस में अच्छी तरह मिला लेना

- 
10. अग्रवाल कृष्ण कुमार, सिन्थेटिक डिटरजेंट्स क्लीनिंग पाउडर्स व एसिड स्लरी, पृष्ठ, 11,12
11. अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ , 115

चाहिए। यदि इनमे से कोई तेल जमा हुआ हो तो उसे धीमी आच पर पिघला लेना चाहिए परन्तु पिघलाते समय तेल का तापमान 40 अश सेण्टीग्रेड ( $40^{\circ}\text{C}$ ) के आसपास रहे और 45 अश सेण्टीग्रेड ( $45^{\circ}\text{C}$ ) से अधिक न होने पाये । जब तेल आपस में अच्छी तरह मिल जाये तो भर्ती के पदार्थ के रूप में इनके मिश्रण को सोप स्टोन पाउडर की मिलावट भी की जा सकती है । सम्पूर्ण मिश्रण को अच्छी तरह मिलाया जाता है ताकि यह सोप स्टोन पाउडर सारे तेल मिश्रण में समान रूप से घुल-मिल जाय यदि इसमें कोई डली या गुठली सी बगैर घुली रह जाय तो उसे हाथ से टटोल कर बाहर फेक दे, अब कास्टिक सोडा की पहले से तैयार लाई को तेल व सोप स्टोन के मिश्रण में एक धार से डालकर किसी मस्सद इत्यादि से अच्छी तरह घोटते रहते हैं। तेलो व लाई को परस्पर मिलाने से साबुनीकरण प्रक्रिया सम्पन्न होनी शुरू होती है और यह मिश्रण अच्छा गाढा और एक जान हो जाता है । इसे फ्रेम में जमने के लिए भरकर ऊपर से कोई बोरी या कम्बल के टुकड़े से ढक देते हैं, ताकि फ्रेम में भरे मिश्रण में साबुनीकरण प्रक्रिया सम्पन्न होने के फलस्वरूप जो गर्मी उत्पन्न हो बाहर न निकले तथा साबुन अच्छी तरह से जम सके, दूसरे दिन साबुन जम जाता है, तब इसकी जमी हुई सिल्ली फ्रेम से बाहर निकाल कर सोप कटिंग मशीन या किसी पतले तार से आवश्यकतानुसार साइज की टिककी के रूप में काट लेते हैं।<sup>12</sup>

### सावधानियाँ

सर्वप्रथम इस विधि में कास्टिक सोडा की  $36^{\circ}$  से  $38^{\circ}$  वामी की शक्ति की लाई जो पूर्णतया शीतल हो, का उपयोग करना चाहिए । बल्कि कम से कम चौबीस घण्टे पूर्व तैयार लाई का प्रयोग करे । इस पद्धति में कड़े तेलो का प्रयोग करे अथवा तेल मिश्रण में कड़े तेलो की मात्रा कम से कम 50 प्रतिशत अवश्य रखे, क्योंकि मुलायम

तेलो के प्रयोग करने पर इस विधि से ठीक साबुन नहीं जम पाता वह बहुत अधिक मुलायम रह जाता है । इस विधि में यह ध्यान रखना आवश्यक है कि तेलो और लाई के अनुपात में अन्तर नहीं होना चाहिए अन्यथा साबुन में स्वतन्त्र क्षार एव बसा तत्व रह जाते हैं । इस पद्धति में तेलो या इसके मिश्रण से साबुन बनाते समय सारी लाई को तेलो के मिश्रण में एक ही बार में डाल कर जल्दी घोट लेना चाहिए और मिश्रण एक जान हो जाने पर इसे शीघ्र ही फ्रेम में भर देना चाहिए । यदि उद्यमी इस साबुन में सोडा सिलीकेट मिलाना चाहता है तो उसे सोडा कार्बोनेट लाई में ही अच्छी तरह घोलकर मिलाना चाहिए तथा इस मिलावट की मात्रा तेलो के वजन की 25 प्रतिशत से अधिक नहीं होनी चाहिए । इस विधि से नहाने और अच्छी गुणवत्ता के साबुन प्रायः नहीं बनाये जा सकते इसी कारण असंगठित क्षेत्र के कुछ उद्यमी अर्द्ध उबाल विधि का प्रयोग करने लगे ।<sup>13</sup>

### **अर्द्ध उबाल विधि :**

वर्तमान औद्योगिक सदर्भ में साबुन की खपत एव उपभोक्ताओं की माँग को देखते हुए असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता अर्द्ध उबाल विधि से साबुन निर्मित कर रहे हैं । इस विधि से साबुन बनाने के लिए भी एक दिन पहले लाई तैयार कर लेना चाहिए जिससे साबुन बनाने के समय तक लाई पूर्णतया ठण्डी हो जाय, तेल या तेलो के मिश्रण को साबुन बनाने के बर्तन या कड़ाही में डाल कर लगभग 80 डिग्री सेन्टीग्रेड तक गर्म करे, यदि निर्मित उत्पाद में सोप स्टोन पाउडर एव मैदा आदि की मिलावट करनी हो तो इसे भी तेल मिश्रण में डाल कर अच्छी तरह घोट ले ताकि इसकी कोई गुठली या रोड़ी आदि बगैर घुली न रहे और यह सारे तेल मिश्रण में एक समान घुल-मिल जाय । इसके पश्चात् पहले से तैयार रखी लाई को एक अन्य बर्तन

मे डाल कर थोड़ा गरम करके फिर इस लाई को तेलो तथा सोप स्टोन आदि के उपर्युक्त मिश्रण मे डाल दे और पन्द्रह बीस मिनट तक स्थिर पडा रहने दे और गर्म होने दे । इसी क्रम मे लगभग तीस मिनट तक मिश्रण को गरम करने के बाद जब इसके ऊपर झाग आने लगे तब इसे आग के ऊपर से नीचे उतार कर रख दे । लगभग 15-20 मिनट बाद इसमे स्वत ही उफान उठना शुरू होगा और बुलबुले से उठने लगेंगे । जब मिश्रण मे अच्छी तरह उफान आ जाय और बुलबुले आने बन्द हो जाय तो यह समझना चाहिए कि साबुनीकरण की क्रिया पूर्ण हो गयी है । इसके बाद इस मिश्रण को घोटकर एक साथ रख ले । यदि इसमे सोडा सिलीकेट भी मिलाना हो तो उसी समय मिलाकर अच्छी तरह घोट ले । जब यह भली-भाति मिलाया जा चुके तो इस मिश्रण को फ्रेम मे भर दे । लगभग 24 घन्टे के अन्दर यह साबुन यहाँ जम जायेगा । इसके बाद इसे फ्रेम से बाहर निकाल कर स्लैब कटर से इस साबुन की सिल्ली मे से लम्बे-लम्बे डण्डे काट ले । फिर सोप कटिंग मशीन की सहायता से इन डण्डो मे से आवश्यकतानुसार साइज की टिकिया काट कर इस पर नाम या ट्रेड मार्क सोप स्टम्पिंग डाई की सहायता छाप दे ।<sup>14</sup>

### सावधानियाँ :

अर्द्ध उबाल विधि से साबुन बनाते समय मिश्रण को धीमी आँच मे गरम करे ताकि मिश्रण निकाल कर बाहर न निकल जाय । मिश्रण को किसी खुरचने आदि से अच्छी तरह हिलाये चलाये । ऐसा करने से उफान नीचे बैठ जायेगा और साबुनीकरण प्रक्रिया भली-भाति सम्पन्न हो सकेगी । इसे उबालते समय लाई का जो जलीय अश भाप बनकर उडता है । उसके फलस्वरूप यदि यह आवश्यकता से अधिक गाढा मालुम दे तो बीच-बीच मे आवश्यकतानुसार थोडा पानी और मिला लेना चाहिए ।

## सम्पूर्ण उबाल विधि :

सम्पूर्ण उबाल विधि तेलो और वसाओ को क्षारो के माध्यम से साबुन के रूप में परिवर्तित करने की सर्वश्रेष्ठ परन्तु अपेक्षाकृत महगी तथा जटिल विधि है । इस विधि से पूर्णतया निर्दोष तथा उच्च गुणवत्ता युक्त साबुनो का निर्माण सहज सम्भव होता है । यही कारण है कि सगठित क्षेत्र के सभी बड़े साबुन निर्माता पूर्ण रूप से इस विधि का प्रयोग करते हैं । असगठित क्षेत्र के बहुत कम साबुन निर्माता इस विधि का प्रयोग करते हैं । जबकि इस विधि से मुख्य रूप से नहाने के टायलेट सोप, मेडी केटेड सोप, कपडा धोने का बढिया साबुन तथा उच्च गुणवत्ता के निरोल साबुन तैयार करने में प्रयुक्त होती है । सम्पूर्ण उबाल विधि से साबुन बनाने के लिए सगठित क्षेत्र के निर्माता बोइलिंग पान नमक एक विशिष्ट उपकरण का प्रयोग करते हैं । जबकि असगठित क्षेत्र के निर्माता आज भी सामान्य भट्ठी और कडाही से काम चलाते हैं । इस विधि से साबुन बनाने के लिए कारखाने में एक विशेष प्रकार की भट्ठी बनवानी चाहिए जिसमें ऐसी व्यवस्था करनी चाहिए की ऑच केवल कडाही के पेदे (तले) को ही गरम करे, लपट इधर-उधर न निकल पाये । भट्ठी पर साबुन मिश्रण पकाते समय आग काफी मन्द रखी जाती है और निरन्तर मन्द ताप देकर मिश्रण को उबाला जाता है ।<sup>15</sup>

इस विधि से साबुन बनाने में शुरू-शुरू में कम डिग्री की लाई मिलाई जाती है और इस मिश्रण को लगभग 45 मिनट तक पकने दिया जाता है । इसके पश्चात इसमें 38-40 डिग्री बामी की लाई आवश्यकतानुसार मात्रा में मिलाकर इसे पुन उबाल देते हैं । जब यह मिश्रण भली-भांति पक जाता है तथा साबुनीकरण प्रक्रिया पूरी तरह सम्पन्न हो जाती है तो मिश्रण को नमक की सहायता से फाड़ा जाता है । इसे फाड़ने के लिये सूखा नमक काम में लाया जाता है । यह मिश्रण फटकर दो भागों

मे बँट जाता है । जिनमे एक भाग ठोस साबुन का होता है जो ऊपर तैरने लगता है । और दूसरा भाग पानी नमक तथा फालतू लाई का घोल होता है जो साबुन के नीचे रहता है ।<sup>16</sup>

### सावधानियाँ .

सम्पूर्ण उबाल विधि से साबुन बनाने के लिए सर्वप्रथम प्रयुक्त की जाने वाली कड़ाही आकार में बड़ी होनी चाहिए, साथ में मिश्रण फाड़ने के पश्चात फालतू बचा हुआ पानी निकालने के लिए कड़ाही में एक टोटी लगवानी चाहिए, यदि कड़ाही में टोटी नहीं है तो साइफन विधि का प्रयोग करना चाहिए ।

### साबुन निर्माण के मुख्य तत्व .

साबुन का उपयोग शरीर अथवा वस्त्रों पर जमे हुए मैल को निकालकर अलग करना है । इस कार्य के लिये साबुनो में प्रायः कास्टिक सोडा या कास्टिक पोटाश मिलाया जाता है । कपड़ा धोने के डिटरजेंट केक्स और पाउडर में एसिड स्लरी नामक एक विशिष्ट रसायन भी पर्याप्त मात्रा में मिलाया जाता है । ये सभी रसायन क्षार या अलकली कहलाते हैं । यद्यपि ये सभी क्षार मैल काटने की बहुत अच्छी क्षमता रखते हैं । इतनी तीव्र क्षमता कि इनका प्रयोग शरीर का त्वचा ही नहीं कपड़ों तक को फाड़ सकता है । अतः इनके घातक प्रभाव को कम करने के लिये इनके साथ तेल और चर्बी जैसे वसीय पदार्थ भी बड़ी मात्रा में मिलाते हैं । तेलों के मिश्रण से पूर्व कास्टिक सोडा या अन्य क्षारा को पानी में घोल कर तरल मिश्रण बनाया जाता है । पानी में घुले हुए क्षार के मिश्रण को लाई कहा जाता है । इस प्रकार साबुन बनाने के लिए मुख्यतः तेल, क्षार पानी की आवश्यकता होती है ।<sup>17</sup>

---

16. चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ 235

17 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ, 39



## तेल एव वसीय पदार्थ

साबुन मे मात्रा, क्षार और मूल्य तीनो दृष्टि से सर्वाधिक महत्वपूर्ण भाग तेल या वसीय पदार्थों का होता है । सभी प्रकार तेल, घी चर्बिया तथा हर उस चिकनाई जिसका प्रयोग भोजन पकाने और खाने मे किया जा सकता है । असंगठित क्षेत्र मे साबुन बनाने के लिए प्राय उन्ही तेलो का प्रयोग किया जाता है । जो अपेक्षाकृत सस्ती दर पर भरपूर मात्रा मे उपलब्ध होता है । बल्कि कुछ निर्माता तेलो के नीचे जम जाने वाली गाद और खाने तथा हेयर आयलस बनाने के लिए तेलो को रिफाइन्ड करते समय उनसे निकले अवशिष्ट पदार्थों का प्रयोग भी साबुन बनाने के लिए भरपूर मात्रा मे करते है ।

### क्षार

असंगठित क्षेत्र मे साबुन बनाने का दूसरा और आधार पूर्ण रचक जो तेलो के मिश्रण को साबुन के रूप मे परिवर्तित करने का कार्य करता है । वह क्षार या क्षारीय लवण ही है । प्राय कास्टिक सोडा, कास्टिक पोटाश, कपडे धोने का सोडा (सोडा एश) और सामान्य नमक का प्रयोग साबुन बनाने के लिए किया जाता है । इन क्षारो के रूप मे प्रयुक्त रसायनिक पदार्थों पर साबुन की गुणवत्ता एव मैल काटने की क्षमता निर्भर करती है । क्षार के रूप मे प्रयोग किये जाने वाले सोडे को साफ पानी मे घोलकर पहले उसका मिश्रण तैयार किया जाता है । इस मिश्रण घोल को लाई कहा जाता है । लाई की शक्ति उसमे मिलाये गये सोडे और पानी के अनुपात पर निर्भर करती है और भिन्न-भिन्न प्रकार के तेलो के लिए अलग-अलग शक्ति की लाई का प्रयोग किया जाता है ।<sup>18</sup>

---

18 अग्रवाल कृष्ण कुमार, माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज, पृष्ठ 42

## शुद्ध साफ पानी .

पानी एक ऐसा प्रभावी रचक है जो मुफ्त में मिल जाता है और पानी के बगैर जिन्दा रहना असम्भव है । मुफ्त में मिले इस रचक का प्रयोग करना सिर्फ मुनाफा ही मुनाफा है । साबुन बनाने के लिए तेल, वसा क्षार के बाद शुद्ध साफ पानी एक अनिवार्य रचक है । सोड़े को पानी में घोल कर लाई तैयार की जाती है और तेलों के मिश्रण में यह लाई घोट कर साबुन बनाया जाता है । इस कार्य के लिए नल के साफ पानी का प्रयोग सर्वश्रेष्ठ रहता है । कुएँ और हैंडपम्प का ऐसा पानी जो तैलीय हो अथवा जिसमें खनिज लवण या खनिज रचक मिले हो साबुन बनाने के लिए प्रयोग नहीं किया जा सकता है । भारी नमकीन तैलीय अथवा खनिज मिश्रित जल साबुन की गुणवत्ता घटाने के साथ-साथ साबुन जमने के स्थान पर फट जाता है यही कारण है कि साबुन के निर्माण में सदैव नल का साफ पानी प्रयोग करना चाहिए यदि पानी में हल्का खारापन है और खारे पानी का प्रयोग करने के लिये मजबूरी है । तो पहले पानी को किसी ड्रम या टैंक में संग्रह करके उसमें एक लीटर पानी में तीन से दस ग्राम के अनुपात में सोडा एश अच्छी तरह घोल कर ड्रम को एक दिन रखा रहने दें । सोड़े के साथ खनिज लवणों का बड़ा भाग ड्रम के जल में बैठ जायेगा और ऊपर जो पानी होगा वह बड़ी सीमा तक खारापन छोड़ चुका होगा, इस पानी के ऊपरी भाग का ही प्रयोग किया जाता है और नीचे के तल के जल को फेंक दिया जाता है ।<sup>19</sup>

## संरक्षक पदार्थ .

साबुन निर्माण के आधार रचक तेल, क्षार, पानी है । तेल और पानी के मिश्रण को कास्टिक सोडा साबुन के रूप में परिवर्तित करता है । प्रारम्भिक रचक तेल तथा पानी होने के कारण साबुन के सड़ने या नष्ट होने की संभावना शीघ्र होती है, जबकि

साबुन को उपभोक्ता तब पहुचाने में काफी समय लगता है । अतः साबुन की गुणवत्ता बनाये रखने तथा सड़ने से बचाने के लिए साबुन बनाते समय संरक्षक पदार्थ के रूप में विरोजा (Rasini) मिलाया जाता है । चीड़ के वृक्ष से गन्ध विरोजा नामक द्रव प्राप्त होता है । उसमें से तारपीन का तेल निकालने के पश्चात् गाद के रूप में जो अवशिष्ट पदार्थ शेष रहता है, विरोजा कहलाता है ।

### **विशिष्ट गुण वर्धक पदार्थ**

असंगठित क्षेत्र में साबुन निर्माण एवं विपणन के लिए संगठित क्षेत्र से कड़ी प्रतिस्पर्धा का मुकाबला करने के लिए यह आवश्यक है कि साबुनों की गुणवत्ता रंग तथा सुगन्ध के साथ-साथ साबुन तैयार करते समय उनमें विशेष गुण उत्पन्न करने वाले पदार्थ मिलाये जाय जैसे— चर्म रोगों में प्रयुक्त किये जाने वाले साबुन में गन्धक, चालमोगरा आयल, कार्बोलिक एसिड आदि रचकों को कीटाणुनाशक क्षमता के कारण मिलाया जाता है ।

### **भरती के पदार्थ .**

साबुन की गुणवत्ता को घटाकर उसकी मात्रा को बढ़ाने वाले इन सभी पदार्थों को भरती के पदार्थ कहा जाता है । असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता सोडा, सिलीकेट, सोडा एश, सोप स्टोन पाउडर स्टार्च तथा नमक आदि रचकों का प्रयोग भरती के पदार्थ के रूप में करते हैं । कुछ निर्माता साबुन में अतिरिक्त पानी सोखने उसके भार एवं परिमाण में वृद्धि हेतु गेहूँ का मैदा, चने की दाल का बारीक पिसा बेसन आदि मिलाते हैं ।

### **रंग और सुगन्ध मिश्रण :**

साबुन के निर्माण में रंग एवं सुगन्ध मिश्रण का प्रयोग आवश्यक रचक के रूप में

नहीं किया जाता है, क्योंकि इसके प्रयोग से साबुन की गुणवत्ता, मैल काटने की क्षमता तथा कपड़ों को चमकाने की शक्ति में वृद्धि नहीं होती है, परन्तु वर्तमान विपणन प्रतिस्पर्धा के युग में ग्राहक को आकर्षित करने के लिए रंग एवं सुगन्ध का प्रयोग एक अनिवार्य रचक के रूप में किया जाता है । नहाने के साबुन में उपयुक्त रंगों के साथ साथ पर्याप्त मात्रा में सुगन्ध मिलाते हैं, इससे साबुन सुगन्धित बन जाता है और स्नान करते समय यह सुगन्ध तन-मन को प्रमुदित एवं अधिकधिक तरो-ताजा कर देती है । यह रंग और सुगन्ध जितनी मोहक होगी, साबुन ग्राहकों द्वारा उतना अधिक पसन्द किया जायेगा, और इसके फलस्वरूप उसकी बिक्री भी अधिक होगी ।

### **असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग की समस्याएँ**

असंगठित क्षेत्र साबुन उद्योग का जन्मदाता है । साबुन उद्योग का प्रारम्भ इस क्षेत्र में विकेंद्रित रूप में हुआ, परन्तु वर्तमान औद्योगिक उदारीकरण के सन्दर्भ में विभिन्न प्रकार की समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है । जिसके कारण इस भीषण प्रतियोगिता के युग में इस क्षेत्र के उद्योगों को वांछित सफलता और मुनाफा प्राप्त करना असंभव की सीमा तक कठिन हो चुका है । ये समस्याएँ निम्नवत हैं ।

#### **कच्चे माल की समस्या :**

इस क्षेत्र में साबुन उद्योग के समक्ष पहली समस्या उच्च कोटि के कच्चे माल की है जो कि उचित समय और उचित मूल्य पर नहीं मिल पाता है । इस उद्योग का मुख्य कच्चा माल अखाद्य तेल तथा क्षार युक्त रसायनिक पदार्थ है । देश में विगत कई वर्षों से अपनी खाद्य व अखाद्य तेल की आवश्यकता आयात द्वारा पूरी करता रहा है । देश में उपलब्ध अखाद्य तेलों का निरन्तर खाद्य तेलों में परिवर्तित करने का

प्रयास जारी है । लेकिन अखाद्य तेलो की वृद्धि के लिए प्रयास पूर्णतया नहीं किया जा रहा है ।<sup>20</sup> जिससे देश में उपलब्ध तिलहनो का पूर्ण संग्रहण तथा उनकी पेराई नहीं हो पा रही है । जिससे देश में तेलो एवं वसा की कमी पायी जाती है । जो असंगठित क्षेत्र के लिए एक अहम समस्या है । इसी प्रकार क्षारयुक्त रसायनिक पदार्थों की पूर्ति की सीमित मात्रा हो जाती है ।

### **पूँजी की समस्या**

किसी भी उद्योग को कच्चे माल को तैयार माल में उत्पादित करने तथा उसे बाजार में बेचने में एक निश्चित समय लगता है । कच्चे माल तथा सहायक सामग्री की खरीद, कर्मचारियों के वेतन आदि तथा अन्य खर्च के लिए उद्योगपतियों को हर समय आवश्यकता बनी रहती है ।<sup>21</sup> असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष पर्याप्त पूँजी की कमी की समस्या बनी रहती है, जिससे उद्योग के संचालन में बाधक उत्पन्न होती है । इस क्षेत्र के उद्यमियों के पास कोई उपयुक्त प्रकार की प्रतिभूति भी नहीं होती जिससे की वे राज्य वित्त निगम जैसी वित्तीय संस्थाओं से पूँजी प्राप्त कर सकें । राष्ट्रीयकृत व्यापारिक बैंकों से भी ऋण प्राप्त करने में विभिन्न प्रकार की कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है, जिसमें समय अधिक लग जाता है, अन्त में विवशतापूर्ण स्थिति में इन्हें साहूकारों, महाजनो, व्यापारियों एवं मध्यस्थों के पास जाना पड़ता है जो कि विवशता का लाभ लेकर शोषण करते हैं । इस प्रकार इस क्षेत्र के उद्योग दिन-प्रतिदिन पूँजी की कमी की समस्या ग्रस्त रहते हैं ।

### **उत्पादन की प्राचीन पद्धति :**

संगठित क्षेत्र के उद्योगों द्वारा उत्पादित साबुन एवं डिटजेन्ट पाउडरों के रंग

---

20 योजना अंक, 16-30, सितम्बर 1990, पृष्ठ, 12

21 चतुर्वेदी अवधेश, लघु उद्योग निर्देशिका, पृष्ठ, 27

रूप और मूल्य की तुलना में असंगठित क्षेत्र के उद्योगों द्वारा उत्पादित साबुन एवं डिटरजेंट पाउडर की तुलना में जो इतना अधिक अन्तर होता है । उसका कारण इनके द्वारा प्रयोग किये जा रहे रचको की गुणवत्ता और मूल्य का अन्तर उतना नहीं है, जितना निर्माण में प्रयोग की जाने वाली विधि और मशीन का होता है । असंगठित क्षेत्र में निर्मित साबुन एवं डिटरजेंट गुणवत्ता में अत्यन्त सामान्य एवं काफी भारी होते हैं । निर्माण प्रक्रिया में विशिष्ट तकनीक के लिए विशाल आकार की जटिल मशीनें और उपकरण की आवश्यकता होती है, जो काफी कीमती होते हैं । जिसके कारण इस क्षेत्र के निर्माता इन विशिष्ट तकनीकों के लिए मशीनों और उपकरणों का उपयोग नहीं कर पाते हैं । और उत्पादन परम्परागत विधि से ही करते हैं । जबकि समय के साथ-साथ उत्पादन प्रक्रिया में सुधार तथा उद्योग में नवीनतम मशीनों का समावेश सफलता का मूल-मन्त्र है ।

### **कुशल प्रशिक्षित कर्मचारियों का अभाव •**

किसी भी संस्थान की सफलता उसके कर्मचारियों पर निर्भर करती है । असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष कुशल योग्य श्रमिकों तथा कारीगरों की समस्या विद्यमान है । उद्योगों में कार्यरत अधिकांश कर्मचारी अप्रशिक्षित तथा अयोग्य होते हैं । अयोग्यता के कारण उद्यमी का कर्मचारियों के बीच असन्तोष बना रहता है । फलस्वरूप उत्पाद की मात्रा और गुणवत्ता दोनों में गिरावट आती है । उत्पाद के विपणन में भी कठिनाई होती है, जिससे संस्थान को निरन्तर हानि वहन करना पड़ता है । यह इस क्षेत्र के लिए एक कठिन समस्या है ।

### **असंगठित क्षेत्र में गला घोट प्रतिस्पर्धा •**

असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के समक्ष संगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों से गला-घोट प्रतिस्पर्धा की समस्या है । साबुन उद्योग एक ऐसा उद्योग है जो पूरी तरह

पैकिंग और प्रचार पर आधारित है । सगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग आधुनिक वैज्ञानिक विधियों द्वारा उत्पादन करते हैं तथा विपणन आदि क्षेत्रों में साधन सम्पन्न होने के साथ ही साथ प्रचार एवं प्रसार की आधुनिक विधियों का प्रयोग करते हैं जबकि असगठित क्षेत्र के उद्योग आर्थिक रूप से कमजोर होने के कारण उत्पादन की आधुनिक वैज्ञानिक विधियों तथा विपणन के लिये प्रचार-प्रसार की महगी पद्धति का प्रयोग प्रायः नहीं कर पाते हैं । फलस्वरूप इस क्षेत्र द्वारा उत्पादित उत्पाद की लागत अपेक्षाकृत अधिक होती है । साबुन एक ऐसी नित्य उपयोगी वस्तु है जिसका प्रयोग अतिधन सम्पन्न वर्ग से लेकर समाज के निर्धनतम व्यक्ति तक नहाने और कपड़ा धोने के लिए करता है । समाज के निम्न और मध्यम वर्गीय व्यक्ति सस्ते साबुन की माग अधिक करते हैं । ऐसी स्थिति में इस क्षेत्र के उद्योगों का सगठित क्षेत्र के समक्ष टिक पाना कठिन होता जा रहा है ।

### **अक्षम एवं अकुशल कार्य प्रबन्ध**

असगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों में मेहनती तथा कार्य कुशल व्यक्ति कम पूँजी से कार्य प्रारम्भ कर कुछ वर्षों तक लगातार मेहनत करता है । इसके साथ-साथ अपने व परिवार के ऊपर खर्च कम से कम कर बचत को उद्योग में निवेश करता जाता है । कुछ समय पश्चात् उसे आशा से अधिक आमदनी होने लगती है । अब वह काम करने के लिए अतिरिक्त व्यक्ति नियुक्त कर लेता है । स्वयं कार्य में रुचि नहीं लेता है । तथा अपने खर्च भी बढ़ा लेता है । इसके कारण उद्योग खर्च बढ़ जाते हैं । और धीरे धीरे आमदनी कम होने लगती है तथा उद्योग हानि पर आ जाता है ।<sup>22</sup>

## उत्पाद के विक्रय की समस्या .

किसी भी वस्तु का उत्पादन जितना आसान है, उसका बेचना उतना ही कठिन है । साबुन एव डिटरजेंट जैसे उत्पाद का विक्रय करना अत्यन्त कठिन कार्य है । साबुन बाजार के क्षेत्र में न केवल असंगठित क्षेत्र में उत्पादित विभिन्न किस्म के साबुन की विद्यमानता है बल्कि संगठित क्षेत्र में राष्ट्रीय एव अन्तर्राष्ट्रीय औद्योगिक इकाइयों के साबुन उत्पाद उपलब्ध है । ऐसी स्थिति में असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित साबुन की बिक्री करना टेढ़ी खीर है, क्योंकि धनाभाव के कारण महगी पद्धति का विज्ञापन नहीं कर पाते हैं और आज इस प्रतिस्पर्धा के युग में उपभोक्ताओं को आकर्षित नहीं कर पाते हैं, जिससे बिक्री की समस्या दिन प्रतिदिन कठिन से कठिनतर होती जा रही है ।

### सरकारी भूमिका की आवश्यकता

जहाँ सरकार एक ओर स्व-रोजगार पर विशेष बल दे रही है, वही असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग में इसकी भूमिका औचित्यपूर्ण है, क्योंकि आज भी इस क्षेत्र की साबुन निर्माण इकाइयों में परम्परागत रूप से ईंधन के रूप में लकड़ी का प्रयोग किया जाता है । विगत कुछ वर्षों से वनों के अत्यधिक दोहन एव पर्यावरण पर विपरीत प्रभावों को ध्यान में रखते हुए वन विभाग द्वारा औसत मात्रा में लकड़ी उपलब्ध नहीं करायी जाती है । ऐसी स्थिति में सरकार द्वारा समुचित मात्रा में उचित दर पर लकड़ी अथवा अन्य वैकल्पिक ईंधन की व्यवस्था करना चाहिए जिनका उपयोग पर्यावरण के अनुकूल हो ।<sup>23</sup>

असंगठित क्षेत्र में बिक्री की समस्या अत्यन्त जटिल है । निर्माताओं को उत्पाद के विक्रय के सम्बन्ध में सरकार की भूमिका आवश्यक है । आधुनिक प्रतिस्पर्धा विविधता एव विशेषज्ञता के युग में डिटरजेंट तथा साबुन के उद्योग में प्रयोग की जाने



वाली तकनीक एवं सुधार की संभावनाओं पर ध्यान देना आवश्यक है ताकि निर्माणी इकाइया अपनी गुणवत्ता में सुधार ला सके ।

### **सरकार की भूमिका :**

साबुन एवं डिटरजेंट के विकास में असंगठित क्षेत्र का महत्वपूर्ण योगदान है । सरकार की उदार नीतियों ने इस क्षेत्र को संगठित क्षेत्र के बड़े उद्योगों के समक्ष ला दिया है । इससे असंगठित क्षेत्र के सामने कई चुनौतियाँ आयी हैं तो वही इनकी प्रगति के शुभ अवसर भी मिले हैं । भारत सरकार संगठित क्षेत्र में साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग के विकास संवर्धन तथा वित्त पोषण के प्रतिबद्ध है । साथ ही साथ इसी प्रकार के कार्यक्रमों में लगे सभी संस्थानों के कार्यों का समन्वय भी करती है । सरकार विभिन्न प्रकार की योजनाओं के माध्यम से दो रूपों में अपनी भूमिका अदा कर रही है ।

### **प्रोत्साहनात्मक भूमिका**

असंगठित क्षेत्र में साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग के विकास की मुख्य जिम्मेदारी राज्य सरकारों अथवा संघ राज्य क्षेत्र सरकारों की है । ये सरकारों व्यापक श्रेणी की सुविधायें तथा प्रोत्साहन साबुन एवं डिटरजेंट की उन इकाइयों को जिनका पंजीकरण होता है, प्रदान करती हैं । सरकार द्वारा प्रदत्त मुक्त सुविधाएं एवं प्रोत्साहन निम्नलिखित हैं ।<sup>24</sup>

### **अवस्थापनागत प्रोत्साहन :**

इस क्षेत्र में साबुन एवं डिटरजेंट इकाइयों की स्थापना हेतु प्रोत्साहित करने के लिये सरकार द्वारा विभिन्न प्रकार की योजनाएं संचालित की जा रही हैं ।

---

24 उद्योग मन्त्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग, लघु उद्योग क्षेत्र, पृष्ठ 93

## औद्योगिक आस्थान योजना :

उद्यमियों को सस्ते दर पर भूमि उपलब्ध कराने तथा एक ही स्थान पर केन्द्रीयकृत सुविधाएँ उपलब्ध कराने के औद्योगिक आस्थान योजना संचालित की जाती है । इस योजना के अन्तर्गत सरकार द्वारा भूमि का अधिग्रहण करके उसे विकसित करके आवश्यकतानुसार छोटे-छोटे भूखण्डों में विभाजित करके उद्यमियों को आवंटित की जाती है । इन औद्योगिक आस्थानों में बिजली, पानी, बैंक, डाकघर, सड़क सुरक्षा आदि सामूहिक व्यवस्था करके सुविधाएँ उपलब्ध करायी जाती हैं ।<sup>25</sup>

## उद्यमिता विकास प्रशिक्षण :

देश में बढ़ती हुई बेरोजगारी की समस्या के निदान हेतु सरकार द्वारा उद्यमिता विकास को बढ़ावा देने के लिए एक उद्यमिता विकास प्रशिक्षण योजना शुरू की गयी । योजना में राज्य स्तरीय उद्यमिता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम जिला उद्योग केन्द्र के माध्यम से संचालित किये जा रहे हैं ।

## राज्य पूँजी निवेश आर्थिक सहायता .

राज्य सरकारें अपने राज्य में औद्योगिक इकाइयों की स्थापना की प्रोत्साहित करने के लिए क्षेत्र के उद्यमियों की पूँजी निवेश, आर्थिक सहायता प्रदान करती हैं । वर्तमान समय में उत्तर प्रदेश, जम्मू काश्मीर, अण्डमान एवं निकोबार द्वीप समूह, सिक्किम, कर्नाटक, मेघालय, हिमाचल प्रदेश, गुजरात, पंजाब, महाराष्ट्र, आन्ध्र प्रदेश, केरल, त्रिपुरा और मणिपुर की सरकारें यह सुविधा उपलब्ध कराती हैं ।<sup>26</sup>

---

25 नीरज कुमार, उत्तर प्रदेश के औद्योगिक विकास में औद्योगिक सर्वेक्षण की भूमिका,

पृष्ठ 107

26 उद्योग मन्त्रालय, लघु कृषि एवं ग्रामीण उद्योग विभाग लघु उद्योग क्षेत्र, पृष्ठ, 93

## **करो मे छूट योजना**

राज्य सरकारो द्वारा उद्योग शून्य जनपदो मे विकास की गति तीव्र करने एव उद्योगो की स्थापना को बढ़ावा देने के उद्देश्य से वर्ष 1995 से नई बिक्री कर छूट योजना लागू की गयी है ।

### **कच्चे माल की उपलब्धता सुनिश्चित करना :**

सरकार असंगठित क्षेत्र मे साबुन उद्योग को बढ़ावा देने के लिए औद्योगिक इकाइयो को जिला उद्योग केन्द्र एव खादी ग्रामोद्योग संस्थान के माध्यम से कच्चा माल समुचित मात्रा मे उचित दर पर उपलब्ध कराती है । अच्छी गुणवत्ता एव सौन्दर्य युक्त सुगन्धित साबुन एव डिटरजेंट उत्पादन के लिये सुगन्ध तथा सुगन्ध युक्त तेलो की समुचित मात्रा उचित मूल्य पर प्रदान कराती है ।

### **उत्पादकता एवं गुणवत्ता में सुधार हेतु प्रशिक्षण .**

असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग इकाइयो की कार्य क्षमता, कार्यशीलता, उत्पादन की उत्पादकता तथा गुणवत्ता मे सुधार हेतु शासनादेश द्वारा प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है । प्रयोग किये जाने वाले तेलो का विगत 5-6 वर्षो से भौतिक एव रसायनिक विश्लेषण किया जा रहा है । औद्योगिक इकाइयो को समय-समय पर गुणवत्ता नियन्त्रण प्रयोगशाला मे गुणवत्ता नियन्त्रण हेतु परामर्श दिया जा रहा है ।

### **वित्तीय प्रोत्साहन**

किसी भी उद्योग का प्रारम्भ और सफलता पूर्वक संचालन के लिए धन की आवश्यकता पडती है । धन की समस्या प्रत्येक उद्यमी के समक्ष होती है । सरकार इस समस्या का समाधान वाणिज्य बैंको, सहकारी बैंक, क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक, राज्य वित्त निगम, लघु उद्योग विकास निगम, राष्ट्रीय लघु उद्योग निगम तथा राष्ट्रीय कृषि एव ग्रामीण विकास बैंक आदि के माध्यम से विभिन्न योजनाओ के अन्तर्गत उद्यमियो को

वित्तीय सहायता प्रदान कर प्रयासरत है ।

सरकार द्वारा साबुन एव डिटर्जेंट का उद्योग लगाने वाले उद्यमी व्यक्ति को प्रारम्भिक प्रशिक्षण प्रदान कराने के साथ प्रधानमंत्री रोजगार योजना, स्वरोजगार योजना, अल्प ऋण योजना, उपकरण वित्त योजना आदि योजनाओं के अन्तर्गत ऋण उपलब्ध कराती है ।

### **उत्पाद विक्रय में योगदान**

वर्तमान में साबुन बनाना जितना कठिन नहीं है उससे कहीं अधिक कठिन उसका विक्रय करना है । असंगठित क्षेत्र की इकाइयों द्वारा उत्पादित साबुन के विक्रय की समस्या काफी कठिन है । सरकार इस समस्या के समाधान हेतु प्रयासरत है । इनके निर्मित उत्पाद का एक निश्चित प्रतिशत सरकारी कार्यालयों में प्रयोग हेतु खरीदा जाता है । निर्मित साबुन एव डिटर्जेंट के भण्डारण की सुविधा प्रदान करा रही है । व्यापार प्राधिकरण एव खादी ग्रामोद्योग संस्थान के माध्यम से उत्पाद का विक्रय, सुनिश्चित कराती है । सरकार स्थानीय स्तर पर विक्रय प्रोत्साहन हेतु मेलों एवं प्रदर्शनियों का आयोजन कराती है ।

### **नियमानात्मक भूमिका**

सरकार ने असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग के विकास के लिए अनेक नियम एव नीतिगत पहल की है ।

### **पंजीकरण :**

इस क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों का पंजीकरण कराना अनिवार्य नहीं किया गया है । परन्तु पंजीकरण कराने से सरकार द्वारा देय सहायता एवं सुविधाएँ प्राप्त करने में आसानी होती है । इकाइयों का पंजीकरण दो स्तरों में किया जाता है । अनतिम पंजीकरण तथा स्थायी पंजीकरण, अनतिम पंजीकरण जिला उद्योग केन्द्र में

आवेदन पत्र प्राप्ति के दिन ही प्रदान कर दिया जाता है । जब उद्यमी को जिला उद्योग से सभी अनुमतियों प्राप्त हो जाती है तथा उत्पादन प्रारम्भ करने के पश्चात स्थयी पजीकरण के लिये आवेदन पत्र प्राप्त होने पर किया जाता है ।

### **आरक्षण नीति .**

सरकार द्वारा साबुन एव डिटर्जेंट क्षेत्र के कुछ विविध उत्पाद (लाण्ड्री सोप) का उत्पादन केवल इस क्षेत्र के लिए आरक्षित किया गया है ।

### **लाइसेन्सिंग नीति .**

असंगठित क्षेत्र में साबुन एव डिटर्जेंट उद्योग की इकाइयों की स्थापना के लिए इस क्षेत्र को लाइसेन्स से मुक्त किया जाता है ।

### **पर्यावरण सम्बन्धी नियम :**

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा परम्परागत ईंधन के रूप में लकड़ी एवं कोयले का प्रयोग किया जाता है तथा साबुन एव अपमार्जक पदार्थों के उपयोग में पर्यावरण सम्बन्धी समस्याएँ उत्पन्न होती हैं । सरकार इस क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के लिये पर्यावरण सम्बन्धी नियम को बहुत सरल बना दिया है ।

### **उत्पादित साबुन में कमियाँ :**

साबुन निर्माताओं द्वारा पूर्ण सावधानी पूर्वक साबुन बनाने के बावजूद भी कुछ न कुछ कमी रह जाती है । जिसके कारण साबुन खराब हो जाते हैं । ये कमियाँ असन्तुलित तेल मिश्रण, तेलों का गलत चुनाव, लाई का अधिक तीक्ष्ण अथवा कम शक्तिशाली होना, गर्म करने के लिये उपयोग की जाने वाली कड़ाही का पतला होना, कम या अधिक ताप कारीगर का आलसी होना, साबुनीकरण की प्रक्रिया पूर्ण न होना

आदि कारणों से रह जाती है ।

**साबुन का बहुत कड़ा होना .**

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता साबुन बनाने के लिए कास्टिक सोड़े का तीक्ष्ण शक्ति की लाई तथा भर्ती के पदार्थों का अधिकाधिक प्रयोग करते हैं । फलस्वरूप निर्मित साबुन इतना कड़ा हो जाता है कि घिसने में कठिनाई होती है ।

**हाथों में जलन तथा त्वचा में खुजलाहट होना :**

साबुन बनाने में आवश्यकता से अधिक शक्ति की लाई उपयोग करने पर निर्मित साबुन का प्रयोग करने के बाद त्वचा रूखी, सूखी तथा त्वचा में जलन ही नहीं अपितु कभी-कभी काट भी देता है । साबुन बनाने में तेल मिश्रण के अनुरूप शक्ति की लाई को उचित मात्रा में प्रयोग किया जाय तो इस कमी को दूर किया जा सकता है । साबुन वही अच्छा माना जाता है जो मैल का तो दुश्मन हो मगर त्वचा का दुश्मन न हो ।

**झाग तथा मैल काटने की क्षमता में कमी :**

असंगठित क्षेत्र में साबुन बनाने के लिए सस्ते तेलों तथा भर्ती के रचकों का अधिक प्रयोग किया जाता है । जिससे साबुन सस्ता पड़ता है । किन्तु साबुन में झाग उत्पन्न करने तथा मैल काटने की क्षमता कम होती है । अतः साबुन बनाने के लिए अच्छे झाग देने और मैल काटने वाले तेलों एवं रचकों का उपयोग करना चाहिए ।

**अधिक समय तक टिकाऊ न होना .**

इस क्षेत्र द्वारा निर्मित साबुन में एक महत्वपूर्ण कमी यह है कि साबुन को अधिक समय तक रखा नहीं जा सकता है । यदि किसी दुकानदार के पास दो-तीन माह तक बिक नहीं पाते तथा स्टॉक में पड़े रहते हैं तो साबुन की टिकिया खराब होने लगती है

। कभी कभी तो जम कर पत्थर की भांति कठोर हो जाती है । यह कभी साबुन निर्माता द्वारा अधिक लाभ कमाने के चक्कर में कच्चा माल के रूप में बेसन, मैदा, नमक तथा अन्य भर्ती के पदार्थों का अधिकाधिक मात्रा में मिलावट के कारण उत्पन्न होता है ।

### **सुन्दरता में कमी की संभावना**

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता साबुन बनाने के लिए स्वच्छ तेल मिश्रण के बजाय तेलों की गाद, तलछट और गन्दे तेलों का उपयोग करते हैं जिससे साबुन की चमक-दमक एवं सुन्दरता में कमी आती है । यदि पूर्ण उबाल विधि से फाड़कर साबुन बनाया जाय तो चमक-दमक एवं सुन्दरता में वृद्धि होती है ।

### **साबुन के सड़ने और दुर्गन्ध आने की संभावना**

साबुन मूलतः तेल वसा और पानी के साथ कार्बोनेट सोडा की लाई का प्रयोग कर निर्मित किया जाता है । कार्बोनेट सोडा की लाई में उचित अनुपात न होने पर कुछ समय पश्चात् मिश्रण में दुर्गन्ध आने लगती है । यदि साबुन बनाने के लिए कच्ची चर्बी, गन्दे तथा सड़े हुए तेलों का प्रयोग किया जाता है तो साबुन ही बदबू देने लगता है और साबुन शीघ्र ही सड़ जाता है । साबुन को सड़ने से बचाने के लिए कम से कम पाच प्रतिशत विरोजा का उपयोग किया जाना चाहिए साथ सुगन्ध का प्रयोग करना चाहिए जिससे दुर्गन्ध की रोका जा सके ।

साबुन को सड़ने से बचाने के लिए सुहागा, कपूर, सोडियम, बेन्जाइट, सोडियम बेन्जाइट का उपयोग किया जा सकता है । सोडियम सल्फाइड, सोडियम बायो सल्फेट और विस्मय नाइट्रेट नामक विशिष्ट रसायन साबुन को सड़ने से रोकने के बहुत शक्तिशाली पदार्थ हैं, परन्तु इनका प्रयोग मिलिंग प्रोसेस से साबुन बनाते समय ही

किया जा सकता है, क्योंकि छोटे स्तर पर साबुन बनाते समय इनका उपयोग नहीं किया जा सकता है ।

किसी प्रकार के साबुन बनाने में तेल या चिकनाई की सफाई अत्यावश्यक है । तेल बिना मिलावट होना चाहिए । साबुन काटने वाली मेज कम से कम 5 फुट लम्बी 36 से 38 इंच चौड़ी और 3 फुट ऊँची होनी चाहिए । कभी कभी साबुन के घन के ऊपर की सतह झागदार या ऊँची-नीची अनियमित होती है । इसे पहले किसी लम्बी छूरी से या खुरचनी से खुरच लिया जाना चाहिए । खुरचना एक मजबूत लम्बी पतली फौलादी तार के दोनों सिरों पर छोटे-छोटे लकड़ी के टुकड़े बांध की खुरचने की क्रिया कर सकते हैं ।



# ષાષ્ટમ અધ્યાય

### इलाहाबाद जनपद का सामान्य परिचय

#### भौगोलिक प्रास्थिति

उत्तर प्रदेश भारत के सीमान्त राज्यो मे से एक है। जो 23°52' से 31°28' उत्तरी अक्षांश तथा 77°3' से 84°39' पूर्वी देशान्तर के मध्य स्थित है। राज्य की उत्तरी सीमा नेपाल की सीमाओ को छूती है । उत्तर पश्चिम मे उत्तरांचल राज्य पश्चिमी और दक्षिण पश्चिमी सीमा पर हिमाचल प्रदेश, हरियाणा, दिल्ली और राजस्थान राज्य है। दक्षिण मे मध्य प्रदेश, दक्षिण पूर्व मे छत्तीसगढ़ राज्य और पूर्वी सीमा बिहार राज्य से लगी हुई है। उत्तर प्रदेश देश का अधिकतम जनसंख्या वाला राज्य है। क्षेत्रफल की दृष्टि से राजस्थान, मध्य प्रदेश और महाराष्ट्र तथा आन्ध्र प्रदेश के बाद पाचवा स्थान है। राज्य का भौगोलिक क्षेत्रफल 240928 वर्ग कि०मी० है। जो देश के कुल क्षेत्रफल का 7.9 प्रतिशत है। राज्य का देश मे जनसंख्या की दृष्टि से पहला स्थान है। यहा भारत की कुल जनसंख्या का 16.17 प्रतिशत जनसंख्या निवास करती है।<sup>1</sup>

#### प्रशासनिक ढांचा (उ०प्र०) .

कुशल एवं सुगम प्रशासनिक दृष्टिकोण से प्रदेश को 17 मण्डल एवं 70 जिलो मे विभाजित किया गया है। भौगोलिक, स्थलाकृत, जलवायु एवं प्राकृतिक ससाधनो की सम रूपता के आधार पर सन्तुलित एवं नियोजित विकास हेतु प्रदेश को चार खण्डो मे विभक्त किया गया है। ये खण्ड जैसे पश्चिमी, केन्द्रीय, पूर्वी तथा बुन्देलखण्ड आदि है।<sup>2</sup>

---

1 मनोरमा इयर बुक, 2000, पृष्ठ-646

2 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 107

## जनपद इलाहाबाद की ऐतिहासिक प्रास्थिति :

इलाहाबाद जनपद उत्तर प्रदेश के मण्डलीय कार्यालयों एवं जिलों में से एक है। गंगा, जमुनी सस्कृति को आत्मसात् करने वाली भरद्वाज मुनि की तपोस्थली, जिसके वक्ष स्थल पर श्रेयसदात्री मन्दाकिनी—कालिन्दी का सगम, सागर मथित सुधा—सिञ्चत पौराणिक वट वृक्ष, विश्व विश्रुत नेहरू सदृश पुत्र—जननी, प्रयाग भूमि मौर्य काल से मुगल काल तक की कलाओं को सजोय हुए, स्वतंत्रता आन्दोलन की केन्द्र स्थली, विश्व मानस पटल पर इलाहाबाद के नाम से अंकित है। यह स्थल अपने प्राचीन नाम प्रयाग से विख्यात था साक्ष्यों के अवलोकन से (यथा—मनु—स्मृति, रघुवश महाकाव्यम् राम चरित मानस अयोध्या काण्ड) ऐसा प्रतीत होता है।<sup>3</sup> महाभारत के अनुसार सृष्टि के देवता ब्रह्मा ने यहाँ यज्ञ किया था। जिसकी शाब्दिक मीमांसा प्र+याग से इस शब्द की उत्पत्ति हुई। “प्र” शब्द उत्तम का द्योतक है और याग शब्द यक्ष का द्योतक है।<sup>4</sup> बौद्ध ग्रन्थ “विनय पिटक” में भी शब्द प्रयाग प्रयुक्त हुआ। बाल्मीकि रामायण के अनुसार कुश नामक एक प्राचीन राजा के सबसे बड़े पुत्र कुशाम्ब द्वारा इस नगरी की स्थापना की बात कही गयी है।<sup>5</sup>

चीनी यात्री युवान च्वाङ (हुआनत्सांग) जो 629 ई० से 645 ई० तक भारत में रहा,<sup>6</sup> अपने यात्रा वृत्तान्त में तत्कालीन सम्राट हर्ष के प्रशासन के बारे में उल्लेख किया है। उक्त महाराज हर्ष वर्धन के सम्बन्ध में ऐसा कथनांक है कि सम्राट प्रयाग में

---

3 समाचार पत्र हिन्दुस्तान 9 नवम्बर 2000

4. दि जर्नल आफ दि इलाहाबाद हिस्टारिकल सोसाइटी खण्ड-1 इलाहाबाद, पृष्ठ-1

5 उ०प्र० जिला गजेटियर इलाहाबाद वर्ष 1986 पृष्ठ-12

6 रामायण बाल काण्ड सर्ग 32 श्लोक 1 और 6, घोष एन०एन० ऐन अर्लीहिस्ट्री आफ कौशाम्बी वर्ष 1935 पृष्ठ-84

सभाये करता था<sup>7</sup> तथा ऐसे अवसरो पर राजा अपने सचित धन को गरीब, दरिद्रो, ब्राह्मणो, बौद्ध तथा जैन भिक्षुओ को मुक्त हस्त से दान बाटता था और जवाहरात, समान, कपड़े, हार, कर्णफूल, कगन, कण्ठहार तथा अपने मुकुट के रत्नो को दान में देकर अपनी दनशीलता और उदारता की छाप छोड़ता था। उपरिवर्णित चीनी यात्री (युवान च्वाड) एक सभा में उपस्थित था।

इतिहास कार बदायूनी के अनुसार अकबर सन् 1575 में प्रयाग आया और इस शहर का नाम इलाहाबाद रखा। कुछ और गैर प्रमाणिक स्रोतों के आधार पर यह शब्द इलाहाबास का विकृत रूप है।<sup>8</sup> इला, पुरुरवा ऐल की मा का नाम था “वास” शब्द संस्कृत के आवास का द्योतक है। अर्थात् इला का वास स्थान, जिसे अकबर द्वारा इलाहाबास एवं तत्कालीन इलाहाबाद इसी इलाहाबास का विकृत रूप है। परन्तु कुछ गैर प्रमाणिक उर्दू ग्रन्थों के आधार पर इलाह—आबाद (अर्थात् अल्लाह का वसाया गया नगर) से इलाहाबाद शब्द प्रचलन में आया।

यह नगर प्राकृतिक रूप से गंगा एवं यमुना नदियों द्वारा दो भागों में विभाजित है। प्रशासनिक सुविधा एवं जन प्रगति के सुनिश्चयन हेतु तत्कालीन राज्य द्वारा अप्रैल 1997 में कौशाम्बी जो इलाहाबाद के दक्षिण—पश्चिम में स्थित है। नव जनपद का गठन कर इलाहाबाद जनपद को पुर्नगठित किया गया।

### जनपद की भौगोलिक प्रास्थिति

इलाहाबाद जनपद भारत के मानचित्र में 24°47' और 25°47' अक्षांश उत्तर तथा 80° 9' और 82°21' देशान्तर पूर्व में स्थित है। पूर्व से पश्चिम तक इसकी लम्बाई 117 कि०मी० है (जिसमें नव गठित जनपद कौशाम्बी भी सम्मिलित है) तथा उत्तर से दक्षिण

---

7 राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसन्धान और प्रशिक्षण परिषद “प्राचीन भारत” पृष्ठ-218

8 त्रिपाठी आर०एस० हिस्ट्री आफ कन्नौज वर्ष 1959 पृष्ठ-157-161

तक चौड़ाई 101 कि०मी० है। जनपद का क्षेत्रफल भारतीय सर्वेक्षण के अनुसार 7254 वर्ग कि०मी० है<sup>9</sup> एव जिला अभिलेखों के अनुसार 7261 वर्ग कि०मी० है। कौशाम्बी जनपद जो इलाहाबाद जनपद का ही भाग था। शासकीय गजट प्रकाशित होने के बाद इलाहाबाद जनपद का वर्तमान क्षेत्रफल 54372 वर्ग कि०मी० है।

जनपद इलाहाबाद के उत्तर में जनपद प्रतापगढ़ तथा उत्तर पूर्व में जनपद जौनपुर स्थित है। दक्षिण में मध्य प्रदेश राज्य का रीवा जनपद स्थित है। दक्षिण पूर्व में जनपद मिर्जापुर, दक्षिण-पश्चिम में जनपद बादा, पूर्व में नवगठित जनपद सन्त रविदास नगर तथा पश्चिम में कौशाम्बी जनपद स्थित है।

### जनपद की जलवायु

इलाहाबाद जनपद के गंगापार उपखण्ड की जलवायु शीतोष्ण है। गर्मी के मौसम में अधिक गर्मी, सर्दी में अत्यधिक सर्दी एवं वर्षा ऋतु का मौसम सुहावना होता है। वर्ष 1999-2000 में यहाँ उच्चतम तापमान 44.8 सेण्टीग्रेट तथा न्यूनतम तापमान 4.1 सेण्टीग्रेट रहा। जनपद के दो उपखण्डों में औसत मात्रा में वर्षा होती है। वर्षा दक्षिण से उत्तर घटती जाती है। वायु में आर्द्रता मानसून की अवधि में 70 से 80 प्रतिशत रहती है। मानसून के बाद गर्मी 20 प्रतिशत रह जाती है। 85 प्रतिशत वर्षा मानसून में होती है। वर्ष 2000 में सामान्य वर्षा 954 मि०मी० हुई थी। तथा वास्तविक वर्षा 769 मि०मी० हुई थी।

### भू स्थलाकृति

इलाहाबाद जनपद प्राकृतिक विषमताओं के कारण गंगापार एवं यमुना पार दो उपखण्डों में विभाजित है। गंगा पार की भूमि समतल एवं उपजाऊ है। यमुना पार क्षेत्र की भूमि असमतल एवं ऊँची-नीची है तथा भूमि कम उपजाऊ है। इस क्षेत्र में

विध्य—पर्वत की पहाडिया है। जिसमे इमारती पत्थर एव उच्च श्रेणी का सिल्का सैण्ड पाया जाता है। यमुना का खादर क्षेत्र नगण्य है सिवाय दक्षिण—पश्चिम के जहा विस्तृत नीची भूमि है जिसमे अलतारा झील का थाला सम्मिलित है। और यह पबोसा पहाडियो की जो नदी के पार्श्व मे स्थित है, उभरी हुई चट्टानो से मिली हुई है।<sup>10</sup>

**नदिया, तालाब एव अन्य जल संसाधन .**

प्राकृतिक रूप से गंगा एव यमुना नदिया पूरे वर्ष भर बहती रहती है। गंगा तथा यमुना का सगम होने के पश्चात पूर्व दिशा मे बहती है। इसके अतिरिक्त टोन्स, बेलन, ससुरखदेरी, मनसइता, लपरी, बैरगिया, सरइहा, किलनाही, लोनी आदि छोटी—छोटी नदिया भी जनपद मे बहती रहती है। अतिवृष्टि होने पर जनपद मे बाढ का खतरा बन रहता है। नदियो के किनारे वाले ग्रामो मे पानी भर जाता है। जनपद मुख्यालय इलाहाबाद नगर तीन ओर से गंगा यमुना नदियो से घिरा हुआ है। जिससे बाढ आने की आशका प्रत्येक वर्ष बनी रहती है। जनपद के उपखण्ड गंगापार मे जल निकास की समुचित व्यवस्था न होने के कारण छोटे एव बडे तालाब की एक श्रृंखला है। योगी तालाब, दानी तालाब, मैलहन एव कनिहाली आदि प्रमुख है। यमुना क्षेत्र मे बेलसरा एव कान्ती झील है।

**भौमिक स्वरूप .**

जनपद को दो उपखण्डो मे विभाजित किया गया है गंगापार एव यमुनापार, उपखण्ड गंगापार क्षेत्र की तहसीलो फूलपुर, सोराव एव हडिया मे दोमट तथा लोम मिट्टी का बाहुल्य है। जिनकी लम्बाई मिट्टी बाढ से प्राय अक्रान्त हो जाती है। यमुनापार उपखण्ड मे नदियो से ज्यो—ज्यो दूरी बढती जाती है। मटियार एव लोम का प्रादुर्भाव होने लगता है और पहाडी मिट्टी का फैलाव दृष्टिगत होने लगता है।

## प्रशासनिक ढाचा

प्रशासनिक सुविधा की दृष्टि से जनपद को 8 तहसीलो तथा 20 सामुदायिक विकास खण्डों में विभाजित किया गया है। पचायती राज व्यवस्था के विकेन्द्रीकरण हेतु जिले को 20 क्षेत्र पचायत, 1425 ग्राम पचायत, 9 नगर पचायतों में विभक्त किया गया है। इसके अतिरिक्त जनपद में 1 छावनी क्षेत्र, एक नगर निगम तथा अपराध एवं न्याय प्रशासन को सुदृढ़ करने हेतु 39 पुलिस थाने, व्यवहार अदालत एवं 218 न्याय पचायत का गठन किया गया है। प्रदेश के उच्च न्यायालय का मुख्यालय भी इलाहाबाद है। जनपद का प्रशासनिक स्वरूप इस प्रकार है।

### जनपद इलाहाबाद

क्रम संख्या	तहसील का नाम	क्षेत्र पचायत का नाम	क्रम संख्या	तहसील का नाम	क्षेत्र पचायत का नाम
1	सदर		6	करछना	14 चाका
2	सोराव	1 कौडिहार			15. करछना
		2 होलागढ	7	मेजा	16 कौधियारा
		3 मऊआइमा			17 उरुवा
		4 सोराव			18 मेजा
3	फूलपुर	5 बहरिया	8.	कोराव	19 कोराव
		6 फूलपुर			20 माण्डा
		7 बहादुरपुर			
4	हडिया	8 प्रतापपुर			
		9 सैदाबाद			
		10 धनूपुर			
		11 हडिया			
5	बारा	12 जसरा			
		13 शकरगढ			

स्रोत अर्थ एवं संख्या विभाग आर्थिक सामाजिक पत्रिका जनपद – इलाहाबाद

## संसाधन विश्लेषण •

इलाहाबाद जनपद का संसाधन विश्लेषण प्राकृतिक एवं मानवीय संसाधन के रूप में किया जा सकता है। प्राकृतिक संसाधन द्वारा विकास के लिए उपलब्ध सम्पदाओं का विदोहन किया जाता है। जबकि मानवीय संसाधन द्वारा उनके वृद्धि तकनीकी ज्ञान कौशल आदि के सामाजिक से उपयोगिता का सृजन करते हुए विकास का मार्ग प्रशस्त किया जाता है। उपर्युक्त संसाधनों का आपसी तालमेल किसी भी क्षेत्र के आर्थिक एवं औद्योगिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

### मानवीय संसाधन :

#### जनांकिकी

जनगणना वर्ष 1981 के अनुसार इलाहाबाद जनपद में कुल 3797033 व्यक्ति थे। जिसमें पुरुषों की संख्या 2008771 एवं स्त्रियों की संख्या 1788262 थी, जनगणना वर्ष 1991 के अनुसार जनपद की जनसंख्या बढ़कर 4921313 व्यक्ति हो गयी। जिसमें 2624829 पुरुष तथा 2296484 स्त्रियां थी। जनगणना वर्ष 2001 के अनुसार इलाहाबाद जनपद की जनसंख्या बढ़कर 4941510 व्यक्ति हो गई जिसमें 2625872 पुरुष तथा 2315638 स्त्रियां हैं। जनगणना वर्ष 1981 की तुलना में वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद की जनसंख्या में 30.78 प्रतिशत की बढ़ोत्तरी हुई थी तथा दशक 1991 से 2001 में वृद्धि दर में कुछ कमी हुई और वृद्धि दर 26.72 प्रतिशत रही।

#### जनसंख्या घनत्व

इलाहाबाद जनपद का जनसंख्या घनत्व वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार 653 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० था। जबकि वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनसंख्या घनत्व 678 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० हो गया। इलाहाबाद मण्डल का



जनसंख्या घनत्व 596 व्यक्ति प्रतिवर्ग कि०मी० तथा इलाहाबाद जिले का जनसंख्या घनत्व 719 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी० था जबकि उत्तर प्रदेश का जनसंख्या घनत्व 473 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० था। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद का जनसंख्या घनत्व बढ़कर 911 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी० हो गया तथा उत्तर प्रदेश का जनसंख्या घनत्व 689 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० एवं भारत का जनसंख्या घनत्व 324 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी० है। इलाहाबाद में सबसे अधिक जनसंख्या घनत्व 988 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० सोराव तहसील के सोराव विकास खण्ड का है। तथा सबसे कम जनसंख्या घनत्व 221 व्यक्ति प्रति वर्ग कि०मी० बारा तहसील के विकास खण्ड शकरगढ़ का है।

### लिंगानुपात :

वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद में प्रति एक हजार पुरुषों पर स्त्रियों की संख्या 890 थी। यह लिंगानुपात जनपद के उपखण्डों में भिन्न-भिन्न था। यथा—गंगा पार उपखण्ड क्षेत्र में प्रति एक हजार पुरुषों पर 923 स्त्रियां तथा यमुनापार उपखण्ड क्षेत्र में 894 स्त्रियां थी। जनपद की ग्रामीण जनसंख्या का लिंगानुपात प्रति एक हजार पुरुषों पर 908 स्त्रियां तथा नगरीय क्षेत्र में प्रति एक हजार पुरुषों पर 822 स्त्रियां थी। वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद का लिंगानुपात प्रति एक हजार पुरुषों पर 873 स्त्रियां थी। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार प्रति एक हजार पुरुषों पर 882 स्त्रियां हैं जबकि उत्तर प्रदेश में प्रति एक हजार पुरुषों पर 898 स्त्रियां हैं।

### अनुसूचित जातियाँ एवं जन जातियाँ -

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार अनुसूचित जातियों एवं जनजातियों की जनसंख्या कुल जनसंख्या का 24.5 प्रतिशत थी। जबकि उत्तर

प्रदेश में अनुसूचित जातियों एवं जनजातियों की जनसंख्या 21.4 प्रतिशत थी। वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद में अनुसूचित जातियों की कुल जनसंख्या 1202847 तथा जनजातियों की जनसंख्या 2204 थी। जबकि वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार कुल अनुसूचित जातियों की जनसंख्या 931075 तथा जनजातियों की जनसंख्या 256 थी। जनपद के पुनर्गठन के पश्चात जनपद इलाहाबाद में अनुसूचित जातियों एवं जनजातियों की जनसंख्या, वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार कुल जनसंख्या का 21.4 प्रतिशत है वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद में कुल अनुसूचित जातियों की जनसंख्या 801023 तथा जनजातियों की जनसंख्या 2175 है।

### **कर्मचारियों की संख्या**

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार कुल कर्मचारियों की संख्या 1311494 थी जो कुल जनसंख्या का 29.6 प्रतिशत था, इसमें कृषकों की संख्या 520358, कृषक, मजदूरों की संख्या 256860, खान-खोदने वाले मजदूरों की संख्या 2100, पशुपालन व्यवसाय में सलग्न कर्मचारियों की संख्या 4311, पारिवारिक व्यवसाय में सलग्न कर्मचारियों की संख्या 62047, गैर पारिवारिक व्यवसाय में सलग्न कर्मचारियों की संख्या 64774, निर्माण कार्य में कर्मचारियों की संख्या 8425, व्यापार एवं वाणिज्य में कर्मचारियों की संख्या 53674, संग्रहण एवं संचार में कर्मचारियों की संख्या 29730, अन्य व्यवसायों में कर्मचारियों की संख्या 285196 तथा जनपद में 24019 सीमान्त कर्मकार थे।

पुनर्गठन के पश्चात इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार कुल कर्मचारियों की संख्या 1207922 है। जिसमें से कृषक 471414, कृषक श्रमिक 251866, पशुपालन व्यवसाय में 7042, खान-खोदने वाले 4591, पारिवारिक व्यवसायी 49243, गैर पारिवारिक व्यवसायी 66538, निर्माण कार्य में कर्मचारियों की संख्या

12932, व्यापार एवं वाणिज्य में कर्मकारों की संख्या 90380, यातायात, संग्रहण एवं संचार में कर्मकारों की संख्या 28991, अन्य कर्मकारों की संख्या 158027 तथा जनपद में 66898 सीमान्त कर्मकार थे।

## **साक्षरता**

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1981 की जनगणना के अनुसार कुल साक्षर व्यक्तियों की संख्या 1062742 थी, साक्षर पुरुषों की संख्या 833962 तथा साक्षर स्त्रियों की संख्या 229050 थी, जनपद में कुल साक्षरता 28 प्रतिशत थी, वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद में कुल साक्षरता 46.2 प्रतिशत थी। जिले में साक्षर व्यक्तियों की संख्या 1376855 थी। जिसमें साक्षर पुरुषों की संख्या 1010147 तथा साक्षर स्त्रियों की संख्या 366708 थी। जनपद में पुरुषों की साक्षरता 63 प्रतिशत तथा स्त्रियों की साक्षरता 26.6 प्रतिशत थी। जनपद के ग्रामीण क्षेत्रों में साक्षरता 37.2 प्रतिशत थी जो नगरीय क्षेत्रों की साक्षरता 70.9 प्रतिशत से अत्यधिक कम थी। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद में कुल साक्षरता 62.89 प्रतिशत है। जनपद में कुल साक्षर व्यक्तियों की संख्या 2571906 है। जिसमें 1682961 पुरुष तथा 888945 स्त्रियाँ हैं। जनपद में पुरुषों की साक्षरता दर 77.13 प्रतिशत जबकि स्त्रियों की दर 46.61 प्रतिशत है तथा उत्तर प्रदेश की कुल साक्षरता दर 57.36 प्रतिशत है। जिसमें पुरुषों साक्षरता दर 70.23 प्रतिशत महिला साक्षरता दर 42.98 प्रतिशत है।

## **सामाजिक संरचना :**

### **धर्म**

इलाहाबाद जनपद के शहरी एवं ग्रामीण परिवेश में सामाजिक रहन-सहन में सम भाव एवं समधर्म की अभिव्यक्ति पायी जाती है। तथा जनपद में विभिन्न धर्मों एवं

सम्प्रदाय के लोग निवास करते हैं। वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार जनपद में कुल जनसंख्या का 86.79 प्रतिशत लोग हिन्दू धर्म को मानने वाले थे। हिन्दू धर्म के अनुयायी कुल 4271348 हैं। जिसमें से 3507762 ग्रामीण तथा 763586 नगरीय क्षेत्र में थे। जनपद में 12.94 प्रतिशत इस्लाम धर्म के अनुयायी हैं। इनकी कुल संख्या 663680 है। ईसाई धर्म के अनुयायी 7268, सिक्ख धर्म के अनुयायी 3626, बौद्ध धर्म को मानने वाले 566, जैन धर्म को मानने वाले 1342, तथा 483 लोग अन्य धर्मों से जुड़े हैं।

### **भाषा**

जनपद के 98 प्रतिशत निवासियों की मातृ भाषा हिन्दी है। तथा लोगों के रहन-सहन में प्रयोग की जाने वाली भाषा अवधी है। जिले के दक्षिण तथा दक्षिण पश्चिम में बहोली एवं पूर्व में भोजपुरी मिश्रित हो गयी है। जनपद में बोली जाने वाली विभिन्न बोलियाँ एक दूसरे से मिश्रित हैं और वे किसी प्रकार की भौगोलिक सीमाओं से आवद्ध नहीं हैं।

### **प्राकृतिक एवं भौतिक संसाधन :**

इलाहाबाद जनपद की अर्थव्यवस्था को विकसित एवं विकासोन्मुख करने के लिए उपलब्ध भौतिक सम्पदा का पूर्णरूप से विदोहन कर जन आकांक्षाओं एवं आवश्यकताओं को मददेनजर रखते हुए उपलब्ध शक्ति, सम्भाव क्षमता, योग्यता तथा साधनों का अधिकतम लाभ उठाकर नियोजन के माध्यम से आर्थिक एवं औद्योगिक विकास को गति प्रदान की जा सकती है।

### **भूमि उपयोगिता एवं कृषि**

इलाहाबाद जनपद का वर्ष 1996-97 के अनुसार कुल प्रतिवेदित क्षेत्रफल 518673 हेक्टेयर था। जबकि राज्य का प्रतिवेदित क्षेत्रफल 29807000 हेक्टेयर था।

जनपद की कुल जनसंख्या का 74.63 प्रतिशत जनसंख्या ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करती है। जनपद के 68 प्रतिशत व्यक्ति प्रत्यक्ष रूप से कृषि पर आधारित हैं। अतः विकास कार्यों में कृषि के विकास का प्रभाव मुख्य रूप से महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। वर्ष 1999-2000 में इलाहाबाद जनपद का शुद्ध बोया गया क्षेत्रफल 3705286 हेक्टेयर, एक बार से अधिक बोया गया क्षेत्रफल 201918 हेक्टेयर, शुद्ध सिंचित क्षेत्रफल 266812 हेक्टेयर सकल सिंचित क्षेत्रफल 413649 हेक्टेयर था।

### **सिंचाई**

कृषि उत्पादन की अभिवृद्धि में सिंचाई के साधनों की भूमिका महत्वपूर्ण है। खाद्यान्न उत्पादन में आत्मनिर्भर होने के लिए कृषि योग्य बजर भूमि तथा एक बार बोये गये क्षेत्र की सिंचाई सुविधा का होना आवश्यक है। जनपद सिंचाई के साधनों में नहर की कुल लम्बाई वर्ष 1999-2000 के अनुसार 2211 कि०मी० राजकीय नलकूपों की संख्या 1006, निजी नलकूपों तथा पम्पिंग सेटों की संख्या 54051 थी।

### **पशुधन एवं दुग्ध आपूर्ति .**

पशुधन कृषि अर्थव्यवस्था की रीढ़ है। इससे कृषि कार्य एवं कृषि उत्पाद के स्थानान्तरण, दूध, दही, मक्खन, समीप भोज्य पदार्थ उपलब्ध होता है। जो मनुष्य के लिए स्वास्थ्य वर्धक एवं लाभदायक है। पशु अपने जीवनकाल में ही मनुष्य की सेवा नहीं करते बल्कि मृत्यु के उपरान्त अपनी खालें, हड्डी, सींग आदि अवशेष छोड़ते हैं जिनके आधार पर औद्योगिक इकाईयों की स्थापना कर वस्तुओं का निर्माण किया जाता है। इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1997 की पशु गणना के अनुसार कुल पशुओं की संख्या 1564738 थी।

कृषि पर आधारित कृषकों को विशेष कर लघु एवं सीमांत कृषकों तथा ग्रामीण निर्बल वर्ग को स्वावलम्बी बनाने तथा दुग्ध व्यापारियों को विचौलियों के शोषण से

बचाने के उद्देश्य से कार्यक्रम क्रियान्वित किया जा रहा है। इससे प्रत्यक्ष रूप से रोजगार के अवसर सुलभ हो रहे हैं तथा ग्रामीण दुग्ध व्यापारियों को अपने उत्पादन का परिमार्जित एवं उचित मूल्य प्राप्त हो रहा है। जनपद में दुग्ध विकास के लिए दुग्ध शाला इकाई की स्थापना की गई है। जनपद में 300 दुग्ध सहकारी समितियों तथा 16333 दुग्ध उत्पादन सदस्यों के माध्यम से लगभग 20000 लीटर दुग्ध की आपूर्ति प्रतिदिन शहरी क्षेत्रों में की जा रही है। जनपद में दुग्ध की उपलब्धता के आधार पर मिल्क चिलिंग प्लांट जैस-पराग, ममता आदि पहले से कार्यरत हैं।

### **हाईड एवं स्किन (खाले)**

इलाहाबाद जनपद में पशुधन की उपलब्धता की स्थिति को देखते हुए हाईड एवं स्किन प्रचूर मात्रा में उपलब्ध है। यह मरे एवं बध किये हुए जानवरों से प्राप्त होती है। वर्ष में अनुमानत 227300 हाईड की उपलब्धता हो जाती है। इसी प्रकार लगभग 70400 स्किन खाले भी वर्ष में उपलब्ध होती है। इनका अधिकांश भाग जनपद के बाहर भेजा जाता है। अतः उपलब्ध उक्त कच्चे माल पर आधारित एक आधुनिक टैनरी की स्थापना की जा सकती है।

### **बोन (हड्डियां) .**

जनपद इलाहाबाद में वर्ष में लगभग 3473 मी० टन हड्डियां उपलब्ध होती हैं। जिनका प्रयोग जनपद में स्थापित लघु औद्योगिक इकाईयों में किया जा रहा है। चूंकि जनपद में बोन उपलब्धता को दृष्टिगत रखते हुए अतिरिक्त बोन मिल की स्थापना हेतु कच्चा माल पर्याप्त मात्रा में शेष नहीं बच रहा है। फिर भी यदि आस-पास के जनपदों से हड्डियों का सकलन किया जाये तो एक बोन मिल की स्थापना की जा सकती है। हड्डियों का उपयोग उर्वरक एवं साबुन आदि बनाने की इकाईयों में किया जा रहा है।

## जनपद मे विकास कार्यक्रमो का संचालन •

2 अक्टूबर वर्ष 1980 को समन्वित ग्रामीण विकास कार्यक्रम का प्रारम्भ पूरे देश मे किया गया था। इस कार्यक्रम का उद्देश्य गावो मे रहने वाले गरीब लोगो को आय अर्जित करने की सुविधा जुटाना तथा अपना कारोबार शुरू करने के अवसर प्रदान करना है। यह प्रमुखत गरीबी उन्मूलन कार्यक्रम के रूप मे जारी किया गया था। इस कार्यक्रम का प्रारम्भ केन्द्र और राज्य द्वारा 50 50 के अनुपात मे वित्त पोषित था। इस कार्यक्रम के तहत केन्द्र द्वारा प्रदान की जाने वाली वित्तीय सहायता जिला ग्रामीण विकास एजेंसी, डी०आर०डी०ए० को उपलब्ध कराई जाती है। जनपद मे ग्रामीण क्षेत्रो का विकास करने एव बेरोजगार नवयुवको को रोजगार एव स्वरोजगार प्रदान करने हेतु विभिन्न प्रकार के विकास पूरक कार्यक्रम –ट्राई सेम योजना, डी०डब्ल्यू०सी०आर०ए०, जवाहर रोजगार योजना, लघु सीमान्त कृषक विकास कार्यक्रम, सूखोन्मुख क्षेत्र विकास कार्यक्रम, नेहरु रोजगार योजना, लघु उद्यम योजना, नगरीय मजदूरी योजना, अम्बेदकर ग्राम विकास योजना, स्वीकृत ग्राम्य विकास कार्यक्रम, इन्दिरा आवास योजना, स्पेशल कम्पोनेट योजना आदि चलाये जा रहे है ।<sup>11</sup>

### शिक्षा

जनपद की लगभग 79 प्रतिशत जनसख्या ग्रामीण क्षेत्रो मे निवास करती है। जनपद मे साक्षरता वर्ष 1991 की जनगणना के अनुसार 46.2 प्रतिशत थी । जिसमे ग्रामीण साक्षरता 70.9 प्रतिशत जबकि ग्रामीण साक्षरता 37.2 प्रतिशत थी। वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार इलाहाबाद जनपद की कुल साक्षरता 62.89 प्रतिशत है। जनपद मे शिक्षा के क्षेत्र मे वर्ष 2000-2001 तक 1952 जूनियर बेसिक स्कूल जिसमे कुल छात्र एव छात्राओ की सख्या 411356 है जिन्हे पढाने के लिए कुल शिक्षक एव

---

11 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 130

शिक्षिकाये 6345 उपलब्ध है । 596 सीनियर बेसिक स्कूल जिसमे कुल छात्र एव छात्राओ की सख्या 99129 है जिनके अध्यापन के लिए कुल 3213 अध्यापक एव अध्यापिकाए नियुक्त है । 230 हायर सेकेन्ड्री स्कूल जिसमे कुल छात्र एव छात्राओ की सख्या 180029 है । इन विद्यार्थियों को पढाने हेतु 5214 अध्यापक एव अध्यापिकाए नियुक्त है। जनपद मे उच्चशिक्षा के क्षेत्र मे 3 विश्वविद्यालय तथा 24 महाविद्यालय स्थापित है जिसमे छात्रो एव छात्राओ की सख्या 42872 है । जिनके अध्यापन के लिए विश्वविद्यालय मे 368 अध्यापक 87 अध्यापिकाए एव महाविद्यालयो मे कुल 681 अध्यापक एव अध्यापिकाए नियुक्त है।

### **व्यवसायिक शिक्षा एवं तकनीकी शिक्षा .**

जनपद मे दो प्रावधिक शिक्षा सस्थान (इन्स्टीट्यूट आफ इन्जीनियरिंग रुरल टेक्नोलॉजी) इलाहाबाद पालीटेक्निक एव ग्रामीण क्षेत्र मे हडिया पालीटेक्निक है। इलाहाबाद नगर मे एक रीजनल इन्जीनियरिंग कालेज, एक राष्ट्रीय सूचना प्रौद्योगिकी सस्थान स्थापित है। उक्त के अतिरिक्त दो औद्योगिक प्रशिक्षण सस्थान स्थापित है। जो प्रावधिक शिक्षा के रूप मे योगदान कर रहे है। जनपद मे एक नार्दन रीसर्च इन्स्टीट्यूट आफ प्रिंटिंग टेक्नोलॉजी भी स्थित है जो प्रिंटिंग के क्षेत्र मे शिक्षा प्रदान करता है।

### **चिकित्सा एव जन स्वास्थ्य .**

जनपद के मुख्यालय इलाहाबाद नगर मे एक मेडिकल कालेज, एक जिला अस्पताल, सक्रामक रोगो का अस्पताल एव नेत्र चिकित्सालय है। कुष्ठ रोग का अस्पताल नैनी मे स्थापित है। जनपद मे वर्ष 2000-2001 तक एलोपैथिक चिकित्सालय एव औषधालय 140, थे जिसमे 115 राजकीय सार्वजनिक, 5 राजकीय विशेष, 8 स्थानीय निकाय, 5 सहायता प्राप्त निजी, 3 असहायता प्राप्त निजी,



4 आर्थिक सहायता प्राप्त, जनपद में चिकित्सा एवं जन स्वास्थ्य की सुविधा उपलब्ध कराने हेतु एलोपैथिक, आयुर्वेदिक, युनानी एवं होम्योपैथिक चिकित्सा पद्धति के अन्तर्गत प्रत्येक का एक-एक मेडिकल कालेज स्थापित है। जनपद में एलोपैथिक चिकित्सालय औषधालय 60, प्राथमिक स्वास्थ्य केन्द्र 81, आयुर्वेदिक चिकित्सालय औषधालय 32, युनानी चिकित्सालय एवं औषधालय 4, होम्योपैथिक चिकित्सालय औषधालय 31, परिवार एवं मातृ शिशु कल्याण केन्द्र 90 तथा उपकेन्द्र 390 कार्यरत हैं।

### **जल सम्पूर्ति :**

वर्ष 2001 की जनगणना के अनुसार कुल आबाद ग्राम 2978 थे उत्तर प्रदेश जल निगम द्वारा कुल आबाद ग्रामों में से 2799 ग्रामों में नल हैण्डपम्प इंडिया मार्का-2 द्वारा 35.22 लाख जनसंख्या को स्वच्छ पेयजल की सुविधा उपलब्ध करायी गयी, जनपद के समस्त समस्या ग्रस्त ग्रामों में पेयजल सुविधा पहुँचा दी गई है। जिले के प्रत्येक समस्या ग्रस्त ग्राम में कम से कम दो-दो हैण्डपम्प लगाये गये हैं। यमुनापार पेयजल सुविधाओं से परिपूर्ण किया जा चुका है। गंगापार में पूर्ण जल सुविधा की कार्यवाही की जा रही है।

### **पर्यटन :**

इलाहाबाद जनपद प्राचीन काल से एक तीर्थस्थल रहा है जो तीर्थराज प्रयाग के नाम से जाना जाता था। यहां गंगा-जमुना एवं सरस्वती (गुप्त गंगा) का संगम है। जिसका दर्शन एवं स्नान करने देश-विदेश के लाखों व्यक्ति प्रतिवर्ष आते हैं। माघ के महीने में यहां पर प्रत्येक वर्ष एक विशाल मेला लगता है। संगम पर यमुना के किनारे पौराणिक अक्षयवट वृक्ष जो कि पुराणों के अनुसार प्रलय काल में पुनः हरा हो जाता था। जब समस्त सृष्टि जल मग्न हो जाती थी। तो उसी अक्षयवट वृक्ष पर भगवान बाल-मुकुन्द विराजमान होते थे। भरद्वाज मुनि का पवित्र आश्रम जहां पर 10000

विद्यार्थी निशुल्क शिक्षा प्राप्त करते थे। इसके अवशेष भी विराजमान है। इसके अतिरिक्त सती अनुसुइया का आश्रम, ऋग्वेद, झूसी, कौशाम्बी जहा पर घोसी मठ के भग्नावशेष विद्यमान है तथा जहा पर भगवान बुद्ध ने स्वयं प्रवचन दिया था, श्रृग्वेरपुर जहा पर भगवान राम वन जाते समय गंगा पार किया था आदि जनपद के प्राचीन पर्यटन स्थल है।<sup>12</sup>

### मनोरजन

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 2000-2001 तक 34 सिनेमा गृह है, जिसमें सीटों की संख्या 15575 है। इसके अतिरिक्त जनपद में नाटक एवं संगीत कार्यक्रमों के आयोजन हेतु एक मेहता प्रेक्षा गृह भी है। अति प्रसिद्ध आनन्द भवन के अहात में ही एक प्लेटोरियम भी है। जिसमें प्रत्येक दिन तीन शो हिन्दी में एक-एक शो अंग्रेजी में आकाशीय सितारों एवं ग्रहों के कार्यक्रम का प्रदर्शन किया जाता है।

### खेलकूद

राजकीय स्पोर्ट्स कालेज एवं म्योहाल काम्पलेक्स इलाहाबाद तथा स्पोर्ट्स स्टेडियम कम्पनी बाग, इलाहाबाद द्वारा खेलकूद का प्रशिक्षण व प्रदर्शन तथा विभिन्न खेलकूद प्रतियोगिताओं का आयोजन किया जाता है।<sup>13</sup>

### सेवायोजन :

बेरोजगार अभ्यर्थियों के उपयुक्त नियोजन एवं आवश्यकता के अनुरूप जनशक्ति उपलब्ध कराने हेतु जनपद में क्षेत्रीय सेवायोजन कार्यालय स्थापित है। यहाँ रोजगार इच्छुक अभ्यर्थी पंजीकृत किये जाते हैं और विभिन्न स्थापनाओं में रोजगार के अवसर उपलब्ध होने पर योग्यता, वरिष्ठतानुसार चुनाव हेतु भेजे जाते हैं। 31 मार्च 1998 को सेवायोजन कार्यालय में पंजीकृत अभ्यर्थियों की संख्या 35560 रही, इस वर्ष रोजगार

---

12 उ०प्र० जिला गजेटियर इलाहाबाद, वर्ष 1986, पृष्ठ-2,3

13 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 131

उपलब्ध होने पर योग्यता, वरिष्ठतानुसार चुनाव हेतु भेजे जाते हैं। 31 मार्च 1998 को सेवायोजन कार्यालय में पजीकृत अभ्यर्थियों की संख्या 35560 रही, इस वर्ष रोजगार पाने में 115 अभ्यर्थी सफल रहे। विभिन्न भर्ती बोर्डों, सेवा आयोगों, एव विज्ञापनों द्वारा सीधी भर्ती किये जाने, छटनी शुद्धा कर्मचारियों के समायोजन तथा सवेतन रोजगार में घटते हुए अवसरों के कारण सेवायोजन कार्यालय के माध्यम से रोजगार पाने वाले अभ्यर्थियों की संख्या उत्साहबर्धक नहीं है।

अनुसूचित जाति, जनजाति एवं पिछड़े वर्गों के बेरोजगारों की रोजगारिता में वृद्धि हेतु प्रशिक्षण एवं मार्गदर्शन केन्द्र स्थापित हैं। जहाँ उन्हें टंकण, आशुलिपिक में प्रशिक्षण तथा प्रतियोगी परीक्षाओं हेतु कोचिंग प्रदान की जाती है। इसके अतिरिक्त व्यवसाय मार्गदर्शन इकाई द्वारा अभ्यर्थियों को शिक्षण प्रशिक्षण सेवायोजन एवं स्वतः नियोजन हेतु उपयुक्त मार्गदर्शन किया जाता है। सवेतन रोजगार जो सीमित संभावनाओं को देखते हुए स्वतः नियोजन पर विशेष बल दिया जा रहा है।<sup>14</sup>

### विद्युत शक्ति

विकास की प्रक्रिया में विद्युत शक्ति की महत्वपूर्ण भूमिका है। औद्योगिक एवं कृषि के क्षेत्र में यह एक प्राथमिक आवश्यकता है। जनपद के सर्वांगीण विकास की गति को तेज करने के लिए विद्युत शक्ति के विकास हेतु निरन्तर बल दिया जा रहा है। ग्रामीण क्षेत्रों के समाज आर्थिक विकास को सुनिश्चित करने के लिए ग्रामीण विद्युतीकरण, निजी नलकूपों का अर्जन तथा औद्योगिक विद्युतीकरण के कार्यक्रम पर विशेष बल दिया जा रहा है।

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 2000-2001 में तक कुल विद्युतीकृत ग्रामों की संख्या 2562 थी। जनपद के समस्त 11 नगरीय क्षेत्र भी विद्युतीकृत हैं। इलाहाबाद जनपद

ओवर पावरग्रीड से जुड़ा हुआ है। इसके मुख्य सब स्टेशन रीवा रोड 180 एम०वी०ए०, झूसी 345 एम०बी०ए० स्थापित है। इसी प्रकार विद्युत सब स्टेशन फीडिंग क्षेत्र के अनुसार रीवा रोड, कोराव एव मेजा रोड तथा झूसी इलाहाबाद से मऊआइमा, कौडिहार, सैदाबाद, सिकन्दरा, फूलपुर, कटहरा, हडिया एव सोराव कार्यरत है। इनके अतिरिक्त फूलपुर तथा नैनी में भी विद्युत सब स्टेशन लाइन 3635 कि०मी०, तथा लो टेशन लाइन 255 कि०मी० विद्युत वितरण के क्षेत्र में स्थापित की गई है। इस प्रकार जनपद में विद्युत व्यवस्था की स्थिति सृष्ट करने का प्रयास किया जा रहा है। फिर भी अनियमित विद्युत आपूर्ति औद्योगिक एवं आर्थिक विकास के मार्ग में महत्वपूर्ण समस्या बनी हुई है।

### **भूतल परिवहन**

जनपद के आर्थिक एवं सामाजिक विकास में भूतल परिवहन का विशेष महत्व है। औद्योगिकरण के लिए यह आवश्यक है कि क्षेत्र के प्रमुख विपणन केन्द्रों से परिवहन के माध्यम से सीधा सम्पर्क हो, भूतल परिवहन को सड़क एवं रेल परिवहन में विभाजित किया जाता है।

### **सड़क परिवहन**

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1999-2000 तक कुल सड़कों की लम्बाई 3227 कि०मी० है तथा सार्वजनिक निर्माण विभाग द्वारा सघट सड़कों की लम्बाई वर्ष 1999-2000 तक 2233 कि०मी० थी। सार्वजनिक निर्माण विभाग के अन्तर्गत राष्ट्रीय राजमार्ग 115 कि०मी०, प्रादेशिक राजमार्ग 187 कि०मी०, जिला मुख्यालय सड़क 240 कि०मी० एवं अन्य जिला ग्रामीण सड़क 1687 कि०मी० थी। जनपद में स्थानीय निकायों के अन्तर्गत वर्ष 1999-2000 तक 911 कि०मी० सड़कें थी जिसमें जिला पंचायत के अन्तर्गत सड़कें 32 कि०मी० तथा नगर निगम/नगरपालिका परिषद नगर

पचायत कैण्ट क्षेत्र के अन्तर्गत सडके 879 कि०मी० थी। जनपद मे 50 कि०मी० सडके अन्य विभागो के अन्तर्गत थी। इस प्रकार जनपद मे वर्ष 1999-2000 तक कुल 3190 कि०मी० पक्की सडके थी। जनपद मे व्यवसायिक एव प्रशासनिक केन्द्र निकटतम जिलो मे सुव्यवस्थित राज पथ द्वारा मिले हुए है।

### **रेल परिवहन :**

इलाहाबाद जनपद एव कौशाम्बी जनपद मे कुल 412 कि०मी० लम्बी रेल लाइन है। जिसमे दक्षिण पूर्व इलाहाबाद मुगलसराय 56 कि०मी० पूर्वी इलाहाबाद—वाराणसी 46 कि०मी०, उत्तर पश्चिम इलाहाबाद—कानपुर 65 कि०मी०, पूर्वी इलाहाबाद—जौनपुर—वाराणसी 61 कि०मी० उत्तरी इलाहाबाद—लखनऊ 43 कि०मी० तथा मध्य रेलवे 63 कि०मी० रेल लाइन है। इलाहाबाद जनपद पूर्वांचल का एक महत्वपूर्ण जक्शन है। जिससे देश —प्रदेश के विभिन्न भागो के लिए आवागमन की निरन्तर सुविधा उपलब्ध है। जनपद के औद्योगिक माल की ढुलाई के लिए भी रेल सुविधा पर्याप्त मात्रा मे उपलब्ध है। जनपद की औद्योगिक एव विकासशील आवश्यकताओ को ध्यान मे रखते हुए जिन क्षेत्रो को रेल लाइन से सवद्ध नही किया गया है। उन्हे जोडने की आवश्यकता है।

### **संचार सुविधा :**

प्रगति की दिशा मे संचार सुविधायो का महत्वपूर्ण योगदान है। इससे हम कम व्यय एव अल्प समय मे सम्पर्क स्थापित कर अपने कार्यों का सम्पादन कर सकते है। यह आर्थिक सामाजिक एव दैनिक जीवन की समृद्धि के लिए अत्यन्त उपयोगी है। वर्ष 2000-2001 तक जनपद मे कुल 407 डाकघर, 68 तारघर, 1460 पब्लिक काल आफिस एव 99368 टेलीफोन कनेक्शन की सुविधा उपलब्ध करायी गयी थी। विकास को गति प्रदान करने के लिए उक्त स्थिति अपर्याप्त है। संचार सुविधाओ का जनपद मे

प्रसार करने की आवश्यकता है। जिससे जनपद के सभी स्थानों को डाक तार, तार घर एवं टेलीफोन की सुविधा उपलब्ध हो सके।

### टेलीविजन सेवाएं .

जनपद इलाहाबाद के ग्रामीण क्षेत्रों के अधिकांश भागों में स्वच्छ एवं स्पष्ट प्रसारण हेतु 10 किलोवाट शक्ति वाला ट्रांसमीटर इलाहाबाद नगर में स्थापित किया जा चुका है।<sup>15</sup>

### बैंक एवं वित्तीय संस्थाएं

विकास योजनाओं पर होने वाला व्यय केन्द्र द्वारा प्रदेश के अतिरिक्त बचत के आधार पर स्वीकृत किया जाता है। अतः घरेलू बचत को प्रोत्साहन देने तथा पूँजी निर्माण प्रक्रिया में बैंक वित्तीय संस्थाओं द्वारा महत्वपूर्ण भूमिका निभाने के साथ-साथ विकास कार्यक्रमों की सफलता एवं सुचारु रूप से कार्यान्वित करने हेतु कृषि क्षेत्र में कृषकों को ऋण सम्बन्धी सुविधाएं उपलब्ध कराने तथा रोजगार के अवसर उपलब्ध कराने की सुविधा प्रदान करती है। साथ ही ग्रामीण क्षेत्रों में लघु उद्योगों एवं नगरीय क्षेत्रों में बड़े उद्योगों से सम्बन्धित अवस्थापनागत सुविधाओं की स्थापना में वित्तीय सहयोग प्रदान करती है। वही नागरिकों की अर्जित पूँजी की संरक्षक होती है।

इलाहाबाद जनपद में वित्तीय संस्थाओं के अन्तर्गत वर्ष 2000-2001 तक 170 राष्ट्रीयकृत बैंक, 70 इलाहाबाद क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक, 36 जिला सहकारी बैंक, 6 उत्तर प्रदेश भूमि विकास बैंक, 10 अन्य गैर राष्ट्रीयकृत बैंक तथा उत्तर प्रदेश वित्त निगम आदि साख तथा अधिकोषण की सुविधा उपलब्ध करा रही है।

### उत्तर प्रदेश वित्त निगम .

राष्ट्रीयकृत बैंकों के अतिरिक्त जनपद के औद्योगिक विकास हेतु उत्तर प्रदेश

---

15 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 135

राज्य वित्त निगम का क्षेत्रीय कार्यालय इलाहाबाद में स्थापित है। जो विकास हेतु अनेक प्रकार के ऋण प्रदान करता है। यह ऋण मुख्यतः स्थायी परिसम्पत्तियों हेतु प्रदान करता है।

### सहकारिता

इलाहाबाद जनपद की अर्थव्यवस्था प्रमुख रूप से कृषि आधारित है। यह आवश्यक है कि अर्थव्यवस्था की सुचारु एवं सुव्यवस्थित रूप से सुदृढ़ आधार प्रदान करने के लिए कृषि एवं सम्बन्धित क्रियाओं से आने वाली समस्याओं को दूर करने के लिए अर्थ की उपलब्धता सुनिश्चित की जाये।

कृषि क्षेत्र में अर्थ की उपलब्धता को ध्यान में रखते हुए सहकारिता की भूमिका महत्वपूर्ण हो जाती है। कृषकों को सहकारिता के माध्यम से अल्पकालीन-दीर्घकालीन वित्तीय सुविधाएँ सुगमता से प्राप्त हो जाती हैं। यह ऋण व वित्तीय सुविधाएँ उन ऋण समितियों के द्वारा प्रदान की जाती हैं। जो मुख्यतः सरकारी ऋण समिति के नाम से जाने जाते हैं। उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए समय-समय पर सहकारी ढाँचे को सुदृढ़ एवं पुनर्गठित किया जाता रहा है। रिजर्व बैंक आफ इण्डिया की सन्तुति से प्रारम्भिक कृषि ऋण समितियों को बहुउद्देशीय सहकारी समितियों में पचायत स्तर पर पुनर्गठित किया गया है।

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 2000-2001 तक सहकारी समितियों की संख्या 260 थी। जिसमें सदस्यों की संख्या 489103 थी समितियों द्वारा विभिन्न स्रोतों से सकलित अशपूजी 50149 हजार रुपया तथा कार्यशील पूँजी 332773 हजार रुपया और कुल जमा धनराशि 52965 हजार रुपया थी। इन समितियों के द्वारा वितरित किये गये ऋण वर्ष 2000-2001 के दौरान कुल 119511 हजार रुपया था। सहकारी कृषि एवं ग्राम विकास बैंक द्वारा वितरित ऋण 123416 हजार रुपया था, समितियों के अन्तर्गत वर्ष

20002001 तक 2550 ग्राम थे। समितियों द्वारा अपनी पूँजी का सकलन सदस्यता शुल्क, अश पूँजी, सरकारी अश पूँजी, बंधक ऋण, जिला सहकारी बैंक द्वारा सहायकी दान तथा अन्य कोषों के माध्यम से किया जाता है।

### **उद्योग एवं औद्योगिक अवस्थापना :**

इलाहाबाद जनपद प्राचीन भारत में एक आत्म निर्भर जनपद था। यहाँ पर अपनी आवश्यकतानुसार वस्त्र कृषि यन्त्र तथा अन्य जीवनोपयोगी वस्तुओं का उत्पादन किया जाता था। चीनी यात्री फाहियान ने लिखा है कि प्रयाग के पतालपुरी मन्दिर के उत्तर तथा पश्चिम की ओर दुकानों की 15 कतारें बनी हुई थी।<sup>16</sup> अरब यात्री अलबरूनी जो 11वीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में इलाहाबाद आया था अपने यात्रा वृत्तान्त में लिखा है कि इलाहाबाद एक वाणिज्यिक तथा औद्योगिक केन्द्र था मुगल काल में इलाहाबाद कालीन उद्योग का केन्द्र बन गया था। जो मुगल साम्राज्य के पतन के साथ समाप्त हो गया।<sup>17</sup> अंग्रेजी शासन काल में जनपद की औद्योगिक संरचना पर कुठाराघात लगा। मुख्यतया स्थानीय उत्पादकों को उनके व्यवसाय में हतोत्साहित करने की अंग्रेजों की नीति के कारण देशी उद्योगों की हालत उत्तरोत्तर गिरती गयी। फलस्वरूप अधिकांश लोग अपना पेशा छोड़, कृषि कार्य अपनाने लगे, यातायात साधन के रूप में 1865 में रेल प्रणाली प्रारम्भ किये जाने से व्यवसाय एवं उद्योग के विकास की नवीन प्रवृत्ति को बढ़ावा मिला, सन 1914-18 के विश्व युद्ध काल में उत्पन्न अभाव की स्थिति के कारण स्थानीय उद्योग पुनः प्रारम्भ किये गये और इलाहाबाद महत्वपूर्ण औद्योगिक केन्द्र बन गया। स्वतंत्रता के पश्चात् जनपद में औद्योगिक गतिविधियाँ तेज हुईं, वर्ष 1957 में नैनी में एक विशाल औद्योगिक केन्द्र की स्थापना की गई।<sup>18</sup>

---

16 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 124

17 पाण्डेय, श्याम कृष्ण, शोध ग्रन्थ, वर्ष 1998, पृष्ठ 122

18 पाण्डेय, बी०एन०, इलाहाबाद रिट्रास्पेक्ट एण्ड प्रास्पेक्ट, पृष्ठ , 264



इलाहाबाद नगर तथा उसके चारों ओर स्थित 17 वृहत इकाईयों में कौंच, कागज, इंजीनियरिंग का सामान तथा उपकरण, छपी हुई किताबें, सूती कपड़े, टार्च तथा बिजली का सामान निर्मित किया जाता था। जनपद वर्ष 1992-93 तक कारखाना अधिनियम 1948 के अन्तर्गत पंजीकृत कारखानों 372 थे जबकि वर्ष 1990-91 में 445 पंजीकृत कारखानों थे। कार्यरत कारखानों 1992-93 में 212 जबकि वर्ष 1990-91 में 211 कारखानों थे। ऐसे कारखानों जिनके द्वारा आय विवरणी जमा की जाती थी। वर्ष 1992-93 में 163 जबकि 1990-91 से 169 कारखानों थे। वर्ष 1992-93 तक औसत दैनिक कार्यरत श्रमिक एवं कर्मचारियों की संख्या 25520 थी। वर्ष 1996-97 तक कारखाना अधिनियम के अन्तर्गत पंजीकृत कारखानों की संख्या घट कर शून्य हो गई तथा कार्यरत कारखानों की संख्या में भी निरन्तर कमी हो रही है। जो वर्ष 1996-97 तक 86 रह गयी थी। इसी प्रकार ऐसे कारखानों जो अपनी आय का विवरण आयकर विभाग में दाखिल करते हैं उनकी संख्या भी 86 रह गयी है। जिसमें कार्यरत श्रमिक एवं कर्मचारियों की संख्या 27782 हो गयी है। इनके द्वारा किये गये उत्पादन का कुल मूल्य 27092343 हजार रूपया है। जनपद में 1997-98 तक संगठित एवं असंगठित क्षेत्र में 3183 इकाईयां कार्यरत थी। जिसमें से 29 खादी उद्योग 2922 खादी ग्रामोद्योग द्वारा परिवर्तित ग्रामीण उद्योग तथा 232 असंगठित क्षेत्र की लघु इकाईयां सम्मिलित हैं।

### **औद्योगिक आस्थान**

जनपद के औद्योगिक विकास के लिए औद्योगिक आस्थान की अत्यन्त आवश्यकता है। जनपद में फूलपुर, नैनी, तेलियरगंज आदि स्थानों में औद्योगिक आस्थान का निर्माण किया गया है। इनके अतिरिक्त गिरी औद्योगिक आस्थान तद्विगा, मेजा, सोराव आदि विकसित हैं। शेष शकरगढ़ जसरा, करछना, कौधियारा, उरुवा,

कोराव, धनूपुर आदि अविकसित है। जनपद इलाहाबाद में वर्ष 1997-98 तक 7 औद्योगिक आस्थान थे जनपद में आवटित शेड 51 परन्तु कार्यरत 39 शैड थे। आवटित प्लाट 510 जबकि कार्यरत प्लाट 141 थे। रोजगार में लगे व्यक्तियों की औसत संख्या 658 थी । औद्योगिक उत्पादन 9692 हजार रुपया था। इलाहाबाद जनपद में औद्योगिक अस्थान में निरन्तर कमी हो रही है । जो वर्ष 2000-2001 तक औद्योगिक अस्थानों की संख्या 5, आवटित शैडों की संख्या 20, कार्यरत शैडों की संख्या 5, आवटित प्लाटों की संख्या 176, कार्यरत प्लाटों की संख्या 8, रोजगार में लगे व्यक्तियों की औसत संख्या 89 तथा उत्पादन का कुल मूल्य घटकर 6160 हजार रुपया हो गया । इस प्रकार जनपद में औद्योगिक आस्थानों की संख्या में निरन्तर कमी हो रही है । जो विकास के क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण बाधा है ।

### **मिनी औद्योगिक आस्थान .**

इलाहाबाद जनपद के ग्रामीण क्षेत्रों में औद्योगिकरण को बढ़ावा देने के उद्देश्य से मेजा, हडिया, तथा सोराव में तीन-तीन एकड़ भूमि पर मिनी औद्योगिक आस्थान का निर्माण किया गया है। जो पूर्ण रूप से विकसित है। जनपद के शकरगढ़ में 5 एकड़ भूमि, जसरा में 5 10 एकड़ भूमि करछना में 5 40 एकड़ भूमि, कौधियारा में 5 एकड़ भूमि, उरुवा में 5 एकड़ भूमि, सोराव में 7 एकड़ भूमि तथा धनुपुर में 4.50 एकड़ भूमि का अधिग्रहण मिनी औद्योगिक आस्थान हेतु किया गया है। इन मिनी औद्योगिक आस्थानों का विकास नहीं हो पाया है। आशा है कि निकट भविष्य में जनपद में औद्योगिक विकास की गति को बढ़ाने के लिए इन औद्योगिक आस्थानों का विकास किया जायेगा, जिसमें इन क्षेत्रों के भावी उद्यमियों को उद्योग स्थापना की सुविधा प्राप्त हो सके ।

## औद्योगिक क्षेत्र .

उत्तर प्रदेश औद्योगिक विकास निगम द्वारा 800 एकड़ भूमि नैनी में अधिग्रहण के उपरान्त 2409 भू खण्डों में विकसित किया गया है। नैनी जनपद की महत्वपूर्ण औद्योगिक नगरी के रूप में विकसित है। इसके अतिरिक्त क्षेत्र का 50 एकड़ भूखण्ड केवल अनुपूरक उद्योगों के लिए आरक्षित है तथा श्रमिकों के लिए आवास तथा अस्पताल के लिए भी 50 एकड़ भूमि सुरक्षित है। यहाँ पर 100 शैय्याओं वाले अस्पताल के शीघ्र ही बन जाने की संभावना है।

### जनपद में असंगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाईयाँ

इलाहाबाद जनपद के ग्रामीण एवं नगरीय क्षेत्र में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार की लघु एवं लघुत्तर इकाईयों का विकास हुआ। जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त सूचना के अनुसार 31 मार्च 1999 तक जनपद में 9360 औद्योगिक इकाईयाँ स्थापित की गयी थीं। जिनमें लगभग 43779 व्यक्तियों को रोजगार के अवसर सुलभ हुए हैं। उपर्युक्त औद्योगिक इकाईयों में सबसे अधिक 2751 उद्योग अन्य विविध उद्योग वर्ग समूह की इकाईयाँ हैं। दूसरे स्थान पर 1840 इकाईयाँ कृषि पर आधारित उद्योग हैं। 1787 इकाईयाँ तकनीकी पर आधारित हैं। जो तीसरे स्थान पर हैं। 1081 वन पर आधारित, 833 इकाईयाँ वस्त्र पर आधारित , 346 इकाईयाँ रसायन पर आधारित, 377 इकाईयाँ भवन सामग्री पर आधारित तथा सबसे कम 345 इकाईयाँ पशु पर आधारित हैं। वर्ष 2000-2001 तक इलाहाबाद जनपद में पंजीकृत कारखाने, लघु औद्योगिक इकाईयाँ, खादी ग्रामीण उद्योग इकाईयाँ एवं इनमें कार्यरत व्यक्तियों की संख्या इस प्रकार है । वर्ष 2000-2001 तक कुल पंजीकृत कारखाने 211 जिसमें कार्यरत व्यक्तियों की संख्या 6264 है । असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत लघु औद्योगिक इकाईयों की संख्या 58 एवं कार्य व्यक्तियों की संख्या 269 है तथा खादी ग्रामीण उद्योग के

कार्यरत इकाइयों की संख्या 3162 जिसमें कार्यरत व्यक्तियों की संख्या 15743 है । जनपद में व्यक्तिगत उद्योगपतियों द्वारा स्थापित औद्योगिक इकाइयों की संख्या 3343 जिसमें कार्यरत व्यक्तियों की संख्या 14034 है ।

### **साबुन एवं अपमार्जक उद्योग**

इलाहाबाद जनपद के ग्रामीण एवं नगरीय क्षेत्र में असंगठित क्षेत्रों के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार के उद्योगों में सलिल्ट इकाईया पंजीकृत है। जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त सूचना के अनुसार 31 मार्च 2002 तक जनपद में 9838 औद्योगिक इकाईया पंजीकृत की गयी है । जिसमें 47969 व्यक्तियों को रोजगार के अवसर सुलभ हुए हैं ।

जनपद में साबुन एवं अपमार्जक उद्योग का विकास 1957 में नैनी में औद्योगिक, आस्थान की स्थापना के पश्चात् अन्य उद्योगों के विकास के साथ हुआ जनपद में 1965 में साबुन एवं अपमार्जक उद्योग की दो इकाईया स्थापित की गयी थी। इनमें कुल विनियोजित पूँजी 820000 रुपये थी। तथा उत्पादन 219000 रुपये का था। 20 व्यक्तियों को रोजगार प्राप्त था। जनपद में 31 मार्च 2002 तक रसायन पर आधारित 397 औद्योगिक इकाईया थी जिसमें साबुन एवं अपमार्जक उद्योग से सम्बन्धित 107 इकाईया थी जो विभिन्न प्रकार के साबुन एवं अपमार्जक उत्पाद के उत्पादन में कार्यरत थी। जैसे—डिटरजेंट केक, डिटरजेंट पाउडर, डिटरजेंट शोप, वाशिंग शोप, वाशिंग पाउडर, वाशिंग बॉथ, हेयर शैम्पू, लाण्ड्री शोप, क्लीनिंग पाउडर, आवला शिकाकाई पाउडर आदि ।

इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1984-85 में साबुन एवं अपमार्जक उद्योग की 6 इकाईया जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद में पंजीकृत थी। जिसमें 4 इकाईया नगरीय एवं 2 इकाईया ग्रामीण क्षेत्रों में स्थापित थी। जनपद में वर्ष 1987-88 में साबुन एवं

अपमार्जक उद्योग में 12 इकाइया पंजीकृत थी जिसमें से 11 वाशिंग शॉप तथा एक लाण्ड्री शॉप के उत्पाद में कार्यरत 10 नगरीय एवं 2 ग्रामीण क्षेत्रों में थी। जबकि इसी वर्ष उत्तर प्रदेश में 522 इकाइया साबुन एवं अपमार्जक उद्योग में पंजीकृत हुई थी जिसमें से 458 इकाइया लाण्ड्री शॉप, 2 इकाइया टायलेट शॉप, 2 इकाइया लिक्विड शॉप, 36 इकाइया पाउडर शॉप, 3 इकाइया शॉपफलेक्स, एक इकाई औद्योगिक शॉप, 7 इकाइया सिंथेटिक डिटरजेंट तथा 13 इकाइया लिक्विड वाशिंग शॉप की थी।

जनपद में वर्ष 1991-92 में 5 इकाइया साबुन एवं अपमार्जक उद्योग में पंजीकृत हुई थी। जिसमें 2 नगरीय तथा 3 ग्रामीण क्षेत्रों में थी। जबकि उत्तर प्रदेश में इस वर्ष 469 इकाइया साबुन एवं अपमार्जक उद्योग में पंजीकृत हुई थी। जिसमें से 235 इकाइया लाण्ड्री शॉप, 31 इकाइया लिक्विड टायलेट शॉप, 227 इकाइया लिक्विड शॉप, केक एवं डिटरजेंट पाउडर तथा 2 इकाइया हेयर शैम्पू बनाने की थी।

जनपद इलाहाबाद के साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग के उपर्युक्त विश्लेषण एवं वर्षा वर्ष उद्योगों के स्थापना अवलोकन से यह प्रतीत होता है कि इनमें बड़ा उतार-चढ़ाव का क्रम रहा है। जैसा कि निम्न तालिका से स्पष्ट है -

**तालिका 6.3 - साबुन एवं अपमार्जक उद्योग की पंजीकृत इकाइयां :**

वर्ष	पंजीकृत इकाइयों की संख्या	नगरीय	ग्रामीण	रोजगार में व्यक्तियों की संख्या
1984-85	6	4	2	28
1987-88	12	10	2	50
1991-92	5	2	3	15
1995-96	4	4	--	11
1996-97	7	7	--	24
1997-98	5	4	1	12
1998-99	7	3	4	21
1999-2000	2	1	1	7
2000-01	10	4	6	64
2001-02	7	5	2	29

स्रोत समस्त आकड़े तथा तथ्य सामाजार्थिक समीक्षा एवं सांख्यिकीय पत्रिका जनपद इलाहाबाद एवं जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त किये गये हैं।

जनपद मे साबुन एव अपमार्जक उद्योग के क्षेत्र मे स्थापित इकाइयो की सख्या वर्ष-प्रतिवर्ष परिवर्तनशील रही है। सबसे अधिक 12 इकाइया वर्ष 1987-88 मे पजीकृत हुई थी। वर्ष 1999-2000 मे 2 इकाइया सबसे कम पजीकृत हुई थी। वर्ष 2002, 31 मार्च तक 7 इकाइया साबुन एव अपमार्जक उद्योग मे पजीकृत हुई है । जिसमे से 5 नगरीय क्षेत्र मे तथा 2 ग्रामीण क्षेत्र मे स्थापित हुई है । जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद से प्राप्त अभिलेखो के जाच से ज्ञात हुआ कि इलाहाबाद जनपद मे वर्तमान मे 107 इकाइया पजीकृत है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सग्रहीत प्रपत्रो एव अभिलेखो से ज्ञात होता है कि जनपद मे वास्तविक रूप मे साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग मे कार्यरत इकाइयो की सख्या कम है और उद्यमियो की यह धारणा पायी गयी कि कुछ समय तक कार्य करने के पश्चात अपनी औद्योगिक इकाई बन्द करके किसी अन्य कार्य मे सलग्न हो गये, वे साबुन एव डिटरजेण्ट उद्योग मे स्थायित्व नही कर पाये है ।

---

**19** समस्त आकडे तथा तथ्य समाजार्थिक समीक्षा, साख्यिकीय तथा औद्योगिक सर्वेक्षण प्रतिवेदन जनपद इलाहाबाद से प्राप्त किया गया है।

# સપ્તમ અધ્યાય

### असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन के विपणन विधियां

#### विपणन

विपणन, उत्पाद को उत्पादक द्वारा मूल्य के बदले में उपभोक्ता को किया गया आदान-प्रदान है। जिसमें मुख्य आशय लाभ का निहित होना है। लाभ वह है जो उत्पादक को उत्पाद के लागत मूल्य से कुछ अधिक मिलता है। वस्तुतः लाभ उत्पाद की माग एवं पूर्ति पर निर्भर करता है। इसलिये अधिकाधिक लाभ हेतु उत्पादक को उत्पादित वस्तु की माग के सम्बन्ध में सम्प्रति अध्ययन नितान्त आवश्यक हो जाता है। जब परिस्थितियाँ ऐसी हो कि उसी किस्म के अन्य उत्पाद भी बाजार में उपलब्ध हो तो उनकी गुणवत्ता, विक्रीत मूल्य और वस्तु के प्रति उपभोक्ताओं के आकर्षण का कारण इन सभी बातों पर ध्यान केन्द्रित करना आवश्यक हो जाता है और उत्पादक में श्रृंखला से हटकर कुछ नवीनतम आकर्षण लाने की प्रवृत्ति होनी चाहिए।

उत्पादन के पश्चात् उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुँचाने की प्रक्रिया को विपणन कहा जाता है। विपणन के अन्तर्गत वस्तु के क्रय-विक्रय से सम्बन्धित क्रियाओं को सम्मिलित किया जाता है। विपणन क्रय-विक्रय से पूर्व उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं का आकलन, विपणन अनुसंधान, उत्पाद विकास मूल्य निर्धारण और वितरण से सम्बन्धित क्रिया कलापो का अध्ययन किया जाता है।

विपणन सावधानी पूर्वक सूत्रबद्ध कार्यक्रमों का विश्लेषण, नियोजन व्यवहार एवं नियन्त्रण है। जिन्हें सगठनात्मक उद्देश्यों को प्राप्त करने के प्रयोजन से लक्ष्य बाजार के साथ मूल्यों के स्वैच्छिक विनिमय हेतु रूपांकित किया जाता है। लक्ष्य बाजार की आवश्यकताओं और आकांक्षाओं के अनुसार सगठन के प्रस्तावों के रूपांकन तथा प्रभावी मूल्य निर्धारण संचार एवं सूचना के वितरण अभिप्रेरण और बाजार हेतु सेवाओं पर यह अत्यधिक निर्भर है।



इस प्रकार विपणन का आशय व्यापारिक क्रियाओं के पूरा करने से है। यह क्रियाएँ वस्तुओं और सेवाओं को उत्पादक से उपभोक्ता के प्रवाह को निर्देशित करती है। विपणन और उत्पादन का चोली-दामन का साथ है, जहाँ उत्पादन का कार्य समाप्त होता है विपणन का कार्य प्रारम्भ हो जाता है।

विपणन क्रियाएँ उत्पादन करने से ही प्रारम्भ नहीं होती हैं, बल्कि उससे पूर्व ही प्रारम्भ हो जाती हैं। उत्पादन से पूर्व ही उत्पाद के सम्बन्ध में उपभोक्ताओं की इच्छाओं एवं अभिरुचियों की जानकारी प्राप्त की जाती है, जिससे उत्पाद के स्वरूप, गुणवत्ता, मूल्य तथा पैकिंग करने आदि के सम्बन्ध में निर्णय लिया जाता है। वस्तुतः विपणन का अर्थ उपभोक्ताओं की आवश्यकतानुसार उत्पादन करके उत्पादक को उपभोग के लिए समर्पित करना है, जिससे कि जन-साधारण के रहन-सहन के स्तर में वृद्धि हो तथा उपभोक्ताओं को सन्तुष्टि देते हुए लाभ प्राप्त किया जा सके।

### **विपणन एवं विक्रय .**

सामाजिक एवं व्यावसायिक दबाव के परिणामस्वरूप विगत लगभग तीस वर्ष पूर्व विपणन शब्द का प्रचलन हुआ, यद्यपि अन्तर्राष्ट्रीय विपणन बीसवीं सदी में व्यवहार में आ चुका था परन्तु प्रारम्भ में यह विक्रय के लिए अनेक कारकों से जुड़ा था। सामान्यतः व्यवहार में विपणन और विक्रय को एक दूसरे का पर्याय के रूप में स्वीकार किया जाता है। जबकि वस्तुतः दोनों भिन्न हैं। विपणन शब्द के प्रचलन से पूर्व उत्पादक को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने का माध्यम विक्रय ही था। विक्रय के बढ़ावा हेतु बाजार व्यवस्था का विकास हुआ जहाँ उत्पादक और उपभोक्ता प्रत्यक्ष रूप से वस्तुओं का क्रय-विक्रय करते हैं। विपणन विक्रय की पूर्ववर्ती विचार धारा है विक्रय का क्षेत्र सीमित है। विक्रय का कार्य वस्तुओं एवं सेवाओं को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाना है। जबकि विपणन क्रिया तो मस्तिष्क में वस्तु के निर्माण का विचार आते ही

प्रारम्भ हो जाती है तथा विपणन अनुसंधान, वस्तु नियोजन एवं विक्रय के बाद की सेवाएँ भी शामिल की जाती हैं।

वर्तमान युग विपणन का युग है। पहले वस्तु को उत्पादित कर उसे बेचने का प्रयास किया जाता था, विक्रय के अधिक प्रभावी माध्यम अपनाये जाते थे, परन्तु अब ऐसा नहीं है, अब विक्रय की संभावनाओं को ध्यान में रखकर ही उत्पादन किया जाता है। यह उपभोक्ता आधारित दृष्टिकोण है, उपभोक्ता की आवश्यकताएँ चाहते, रुचियाँ, पसन्द और सन्तुष्टिकरण उस उत्पाद की योजना एवं रूपांकन के लिए मुख्य कारक माने जाते हैं, जिसे संगठन उत्पादित एवं प्रस्तुत करने जा रहा है।

जिस प्रकार विपणन क्रिया वस्तु का उत्पादन पूर्ण करने पर प्रारम्भ नहीं होती है। उसी प्रकार यह क्रियाएँ वस्तु की अन्तिम बिक्री के साथ भी समाप्त नहीं हो जाती हैं। दुबारा बिक्री करने के लिए यह आवश्यक है कि उपभोक्ता को सन्तुष्ट रखा जाय इसके लिए यह जरूरी है कि वस्तु की गारण्टी तथा वस्तु की बिक्री के बाद की सेवाएँ दी जाएँ। वस्तुतः विपणन का क्षेत्र अधिक विस्तृत हो जाता है और विक्रय इसका अंग होता है। विपणन के अन्तर्गत कुछ प्रमुख तत्वों पर ध्यानाकर्षण आवश्यक हो जाता है।

### **विपणन नियोजन**

नियोजन वस्तु प्रबन्ध का वह भाग है, जो वस्तु विकास की संभावनाओं का निर्धारण करता है, किन वस्तुओं का विपणन एवं किनका परित्याग करना है, इसे निश्चित करता है, विपणन की जाने वाली वस्तुओं की विशेषताओं को निश्चित करके उन्हें अन्तिम वस्तुओं में सम्मिलित करता है।

भविष्य में क्या करना है, इसको वर्तमान में निश्चित करना नियोजन कहलाता है। साबुन एवं डिटर्जेंट उत्पाद उपभोक्ता वस्तु वर्ग के अन्तर्गत आता है। नियोजन के अन्तर्गत इसका विपणन कब, कैसे और कहाँ करना है तथा ऐसा करने में क्या कठिनाइयाँ आ सकती हैं, इस प्रकार नियोजन के अन्तर्गत साबुन एवं डिटर्जेंट उत्पाद

के विपणन के सम्बन्ध में भविष्य के लिए योजना बनाने से है। वर्तमान व्यावसायिक वातावरण में उत्पादन सम्बन्धी निर्णय यह सोचकर नहीं लिया जाता, कि हम कितना उत्पादन कर सकते हैं। बल्कि यह सोचकर लिया जाता है कि उपभोक्ता किस प्रकार का साबुन चाहता है, किस मात्रा में चाहता है, किस मूल्य पर चाहता है, इन्हीं सब बातों के आधार पर ही निर्माता द्वारा निर्णय लिया जाता है, कि वह किस प्रकार का एवं किस मात्रा में साबुन का उत्पादन करे। उपभोक्ताओं की रुचियों एवं आवश्यकताओं के अनुसार ही निर्माता द्वारा निर्णय लिए जाते हैं।

विपणन नियोजन विक्रय से सम्बन्धित भावी क्रियाओं की रूपरेखा तैयार की जाती है। इसके अन्तर्गत कार्यों को प्रारम्भ करने के पूर्व विक्रय संगठन के उद्देश्य, नीतियों, कार्यक्रमों कार्यविधियों, नियमों, बजटों, रणनीतियों का निर्माण किया जाता है। नियोजन करने से कार्य में सुनिश्चितता, शीघ्रता, मितव्ययिता और दूरदर्शिता आती है तथा दूसरी ओर भ्रान्ति, विरोधाभास उद्देश्यों के विपरीत कार्य, जल्दबाजी असावधानी तथा अदूरदर्शिता के दुर्गुण दूर होते हैं। उत्पाद के विक्रय प्रयासों में समन्वय एवं नियन्त्रण की भी सुलभता होती है।

### **विपणन अनुसंधान •**

विपणन अनुसंधान एक प्रकार का वैज्ञानिक तरीका है, जिसमें वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन से लेकर उपभोक्ता तक पहुँचने की समस्याओं के तथ्यों का सकलन एवं विश्लेषण होता है, जिससे विपणन तथा वितरण की समस्या को हल किया जा सके। लागत कम की जा सके तथा लाभ अधिक हो सके इन तथ्यों के आधार पर उचित व्यापारिक निर्णय लिये जा सके।

विपणन अनुसंधान में विपणन सम्बन्धी समस्याओं से सम्बन्धित बातों के बारे में तथ्यों को एकत्रित किया जाता है। प्राप्त तथ्यों से विपणन समस्याओं के समाधान करने के लिए उपयोगी सूचनाएँ मिलती हैं जिससे कि निर्णय एवं नियन्त्रण सम्बन्धी तकनीक

मे सुधार किया जा सकता है। इस प्रकार विपणन अनुसंधान एक व्यवस्थित एवं विस्तृत छान-बीन है।

विपणन विषयो के बारे में निर्णय करने वालो को बाजार, उपभोक्ताओ, प्रतियोगिता व्यापार और वितरण से सम्बन्धित सूचनाओ की आवश्यकता होती है। विपणन अनुसंधान ऐसी सूचनाओ को सकलित कर उपलब्ध कराता है।

विपणन अनुसंधान वस्तुओ और सेवाओ को उत्पादको से उपभोक्ता तक विक्रय सम्बन्धी समस्याओ के सभी तथ्यो का व्यवस्थित सकलन, अभिलेखन और विश्लेषण है। इसके अन्तर्गत विक्रय एवं बाजार से सम्बन्धित जोखिमो को कम करने का एक सगठित प्रयास है। विपणन अनुसंधान निरन्तरता के आधार पर व्यावसायिक योजनाओ का निर्माण, विपणन प्रक्रिया के सभी पहलुओ की एक सुसगठित जाच-पडताल है। इस गहन अध्ययन का उद्देश्य वर्तमान तथा भावी विपणन समस्याओ की अधिक अच्छी समझदारी एवं जानकारी प्राप्त करना है, जिससे निर्माता अपने विपणन प्रयासो नीतियो और निष्पादनो को आधारित कर सके। इसके परिणामस्वरूप व्यापारिक जोखिमो को कम करके अधिक अच्छी सफलता पा सके। साबुन के विपणन अनुसंधान के अन्तर्गत प्रमुख तथ्यो का अध्ययन किया जाता है।

### **साबुन उत्पाद के सम्बन्ध में अनुसंधान :**

असगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओ का विपणन प्रयास का आधार साबुन होता है। इससे निर्मित साबुन एवं डिटर्जेंट के सम्बन्ध में उपभोक्ताओ की असंतुष्टि के कारणो का पता लगाया जाता है। इसमें यह भी पता लगाने का प्रयास किया जाता है। कि साबुन की गुणवत्ता में कौन-कौन से सुधार किये जाये जिससे की वे उपभोक्ता द्वारा स्वीकार कर लिये जाये। उत्पाद सम्बन्धी अनुसंधान में साबुन की बनावटो, नामो, मूल्यो, सफाई की क्षमता, रंगो, पर्याप्त मुलायमता, विशिष्टताओ, ट्रेडमार्को, पैकिंग, पूजी एवं सेवा आवश्यकताओ, भौतिक एवं रासायनिक लक्षणो, कानूनी पहलुओ तथा अन्य

विक्रय आदि के सम्बन्ध में अनुसंधान कर उनको प्रभावी बनाया जा सकता है। मूल्य नीतियों में परिवर्तन के लिए प्रतियोगी मूल्यों का अध्ययन किया जा सकता है।

### **साबुन के व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसंधान .**

विपणन अनुसंधान के अन्तर्गत भावी व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसंधान किया जा सकता है। इस अनुसंधान के अन्तर्गत भावी बिक्री का अनुमान, भावी लागतों का अनुमान, व्यापारिक प्रतिस्पर्धा का अनुमान, बाजार सम्बन्धी समस्याओं का अनुमान, भावी लाभ का अनुमान आदि बातों की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। बाजार में साबुन की विभिन्न किस्में एव ब्राण्ड मौजूद हैं, जो संगठित एव असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित किये जाते हैं। साबुन एक उपभोक्ता माल है, जिसका क्रय बार-बार किया जाता है। इस अनुसंधान के द्वारा उपभोक्ताओं की मांग सम्बन्धी पूर्वानुमान लगाया जा सकता है।

### **साबुन के विपणन के सम्बन्ध में प्रचार-प्रसार सम्बन्धी अनुसंधान .**

विपणन अनुसंधान के अन्तर्गत उत्पाद के अधिकाधिक बिक्री के लिए प्रचार-प्रसार सम्बन्धी अनुसंधान किया जा सकता है। प्रतियोगी सस्थाओं के प्रचार-प्रसार का सर्वेक्षण कर अपने प्रचार-प्रसार की विधियों में परिवर्तन कर सकते हैं। सौन्दर्य प्रसाधनों एव रेडीमेड खाद्य तथा पेय पदार्थों के समान ही साबुन निर्माण एक ऐसा उद्योग है, जो पूरी तरह पैकिंग और प्रचार पर आधारित है, ऐसे अनेक निर्माता इस उद्योग में असफल हो चुके हैं, जिन्होंने प्रचार-प्रसार पर उचित ध्यान नहीं दिया, इसके अनुसंधान के द्वारा प्रचार-प्रसार के प्रभावी माध्यम, उपभोक्ताओं पर प्रचार-प्रसार का प्रभाव, तथा ग्राहकों को आकर्षित करने योग्य प्रचार-प्रसार के तरीकों का चुनाव किया जा सकता है। निर्माता द्वारा निर्मित साबुन की गुणवत्ताएँ उच्चतम स्तर की हैं, पैकिंग भी शानदार है तथा मूल्य भी अपेक्षाकृत कम, फिर भी ग्राहक उसे नहीं खरीदेगा, यदि उसका उचित विज्ञापन नहीं किया गया है।

विक्रय आदि के सम्बन्ध में अनुसंधान कर उनको प्रभावी बनाया जा सकता है। मूल्य नीतियों में परिवर्तन के लिए प्रतियोगी मूल्यों का अध्ययन किया जा सकता है।

### **साबुन के व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसंधान**

विपणन अनुसंधान के अन्तर्गत भावी व्यावसायिक सभाव्यता सम्बन्धी अनुसंधान किया जा सकता है। इस अनुसंधान के अन्तर्गत भावी बिक्री का अनुमान, भावी लागतों का अनुमान, व्यापारिक प्रतिस्पर्धा का अनुमान, बाजार सम्बन्धी समस्याओं का अनुमान, भावी लाभ का अनुमान आदि बातों की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। बाजार में साबुन की विभिन्न किस्में एव ब्राण्ड मौजूद हैं, जो सगठित एव असगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित किये जाते हैं। साबुन एक उपभोक्ता माल है, जिसका क्रय बार-बार किया जाता है। इस अनुसंधान के द्वारा उपभोक्ताओं की मांग सम्बन्धी पूर्वानुमान लगाया जा सकता है।

### **साबुन के विपणन के सम्बन्ध में प्रचार-प्रसार सम्बन्धी अनुसंधान :**

विपणन अनुसंधान के अन्तर्गत उत्पाद के अधिकाधिक बिक्री के लिए प्रचार-प्रसार सम्बन्धी अनुसंधान किया जा सकता है। प्रतियोगी संस्थाओं के प्रचार-प्रसार का सर्वेक्षण कर अपने प्रचार-प्रसार की विधियों में परिवर्तन कर सकते हैं। सौन्दर्य प्रसाधनों एव रेडीमेड खाद्य तथा पेय पदार्थों के समान ही साबुन निर्माण एक ऐसा उद्योग है, जो पूरी तरह पैकिंग और प्रचार पर आधारित है, ऐसे अनेक निर्माता इस उद्योग में असफल हो चुके हैं, जिन्होंने प्रचार-प्रसार पर उचित ध्यान नहीं दिया, इसके अनुसंधान के द्वारा प्रचार-प्रसार के प्रभावी माध्यम, उपभोक्ताओं पर प्रचार-प्रसार का प्रभाव, तथा ग्राहकों को आकर्षित करने योग्य प्रचार-प्रसार के तरीकों का चुनाव किया जा सकता है। निर्माता द्वारा निर्मित साबुनकी गुणवत्ताएँ उच्चतम स्तर की हैं, पैकिंग भी शानदार है तथा मूल्य भी अपेक्षाकृत कम, फिर भी ग्राहक उसे नहीं खरीदेगा, यदि उसका उचित विज्ञापन नहीं किया गया है।

## विपणन विधियाँ

आधुनिक काल में बड़े पैमाने के उत्पादन, श्रम-विभाजन, विशिष्टीकरण और वैज्ञानिक तरीकों पर आधारित जटिलतम उत्पादन पद्धति के प्रयोग तथा शक्ति चालित तीव्रगामी परिवहन साधनों के विकास के फलस्वरूप विपणन की प्रक्रिया अत्यन्त जटिल हो गयी है । प्रत्येक वस्तु का उत्पादन अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने के उद्देश्य से किया जाता है । उत्पादित वस्तु को उपभोक्ता तक विभिन्न प्रकार के माध्यमों की सहायता से पहुँचाया जा सकता है । इन्हीं माध्यमों द्वारा वस्तु को उपभोक्ता तक पहुँचाने की कला को विपणन विधिया कहा जा सकता है । विपणन का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की आवश्यकतानुसार वस्तु की उपलब्धता सुनिश्चित करना है । जिससे उपभोक्ताओं को रहन-सहन के स्तर में वृद्धि हो तथा उपभोक्ताओं को सन्तुष्टि प्रदान कर उनके रहन-सहन के स्तर में वृद्धि करते हुए लाभ प्राप्त किया जा सके ।

वर्तमान उपभोक्ता बाजार में एक ही उत्पाद की विभिन्न ब्राँड विक्रय के लिये उपलब्ध है । जिसके कारण उपभोक्ता को उत्पाद के चयन में कठिनाई का सामना करना पड़ता है । अतः उत्पादक द्वारा अपने उत्पाद पर कोई छाप चिह्न अंकित किया जाना चाहिए, जिससे उपभोक्ता उस छाप, चिह्न को पहचान कर उसे खरीद सके । प्रत्येक उत्पादक का मुख्य उद्देश्य अधिकाधिक बिक्री द्वारा लाभ कमाना होता है । चाहे वह संगठित क्षेत्र का उत्पादक हो अथवा असंगठित क्षेत्र का हो । वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक बाजार के परिप्रेक्ष्य में विपणन के उद्देश्य की पूर्ति हेतु वस्तु को उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए विभिन्न प्रकार की वितरण विधियों का प्रयोग किया जाता है, क्योंकि उपभोक्ता तो असंगठित क्षेत्र की

उत्पादक इकाइयों से भी अधिक असंगठित तथा दूर-दूर बिखरे हुए हैं और उनके द्वारा मांग की जाने वाली मात्रा भी भिन्न-भिन्न रहती है । अतः विपणन का यह कार्य वितरण द्वारा सम्पन्न किया जाता है ।

सर्वेक्षण के द्वारा एकत्रित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद की असंगठित क्षेत्र की साबुन इकाइयों द्वारा उत्पादित साबुन एवं अन्य उत्पाद का विपणन करने के लिए प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विपणन विधियों का प्रयोग किया जाता है ।

**प्रत्यक्ष विपणन विधि :**

प्रत्यक्ष विपणन विधि के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं अपने उत्पाद के सम्बन्ध में समुचित जानकारी उपभोक्ता को कराता है तथा उपभोक्ता की आवश्यकता एवं उत्पाद के प्रति व्यक्त क्रिया-प्रतिक्रिया एवं उनकी मनोवृत्त की जानकारी प्राप्त करता है । उत्पादक उपभोक्ता की मांग के अनुरूप वस्तु को निर्मित कर उनको उपलब्ध कराके अधिकतम सन्तुष्टि प्रदान करता है ।

प्रत्यक्ष वितरण विधि में उत्पादक और उपभोक्ता के मध्य शीघ्र सूचनाओं का आदान प्रदान हो जाता है । उत्पादक विपणन उद्देश्य की पूर्ति हेतु उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक शीघ्रता से पहुंचा कर उनकी मांग की पूर्ति कर देता है । किसी प्रकार के मध्यस्थ की आवश्यकता नहीं पड़ती है । उत्पादक स्वयं संपर्क स्थापित करके संभावी उपभोक्ताओं का पता लगाता रहता है ।

सर्वेक्षण द्वारा संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता, निर्मित साबुन एवं अन्य उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचाने के लिए प्रत्यक्ष वितरण विधि का अधिक अनुकरण करते



हैं । जनपद इलाहाबाद के साबुन निर्माताओं द्वारा व्यवहार में साबुन उत्पाद के विपणन हेतु प्रत्यक्ष वितरण विधि के अन्तर्गत स्वयं की दुकान, शाखाओं , प्रदर्शन, व्यक्तिगत विक्रय आदि विधियों का प्रयोग करते हैं ।

स्वयं की दुकान द्वारा :

इस विधि में निर्माता अपनी स्वयं की फुटकर दुकानें भिन्न-भिन्न स्थानीय बाजारों में खोलता है और दुकान पर स्वयं की उत्पाद की बिक्री करता है । भारत में संगठित क्षेत्र की बाटा इण्डिया लिमिटेड अपने निर्मित जूते एवं चप्पल का स्वयं की फुटकर दुकानें खोलकर विक्रय करती है । इसी प्रकार जय इंजीनियरिंग वर्क्स लिमिटेड स्वयं के निर्मित ऊषा पखे, ऊषा सिलाई मशीनें अपनी फुटकर दुकान पर विक्रय करती है ।

सर्वेक्षण से ज्ञात हुआ कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता जैसे मेसर्स चमन सोप फैक्ट्री, मेसर्स बासंल सोप वर्क्स, मेसर्स स्वास्तिक सोप उद्योग, मेसर्स बाबा वाशिग पाउडर केमिकल्स, मेसर्स सन सोप इण्डस्ट्रीज आदि अपने द्वारा निर्मित साबुन एवं अन्य साबुन उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचाने के लिए इलाहाबाद जनपद के भिन्न-भिन्न बाजारों में अपनी स्वयं की दुकान खोलकर विपणन करते हैं । इन निर्माताओं द्वारा अपनी दुकान पर स्वयं के उत्पाद के अतिरिक्त अन्य संगठित क्षेत्र की विशिष्ट कम्पनियों के साबुन एवं डिटरजेंट का विपणन नहीं किया जाता है ।

प्रदर्शन द्वारा :

प्रदर्शन द्वारा उत्पादक अपने उत्पाद के मुख्य तत्वों के सम्बन्ध में ग्राहकों के समक्ष उत्पाद का प्रदर्शन करके व्याख्या करता है एवं उम्मीद करता है कि ग्राहक

प्रेरित होगा और प्रतिक्रिया उत्पाद के पक्ष में व्यक्त करेगा । उत्पादक वार्तालाप में ग्राहक की समस्या को उजागर एवं हल के रूप में उत्पाद का प्रस्तुतीकरण करता है । उत्पादक ग्राहकों की समस्याओं का अध्ययन करता रहता है । तदुपरान्त कुशलतापूर्वक समस्याओं के हल प्रस्तुत करता है । समस्याओं के हल के रूप में उत्पाद के प्रयोग से सन्तुष्टि की वकालत करता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण जनपद में लगाने वाले मेलों एवं बाजारों में अस्थायी रूप से बड़े आकर्षक ढंग से सजाकर दुकान खोलता है जिसपर ग्राहकों को प्रेरित करने के लिए प्रतियोगिताओं, विशेष उत्सवों, मनोरंजक प्रदर्शिनियों आदि का आयोजन करके उत्पाद का विपणन एवं वितरण करता है । जनपद के साबुन निर्माता जो अपने द्वारा निर्मित साबुन एवं डिटरजेंट पाउडर का विपणन स्वयं की दुकान के साथ-साथ प्रदर्शन द्वारा विपणन एवं वितरण करते पाये गये । वे सन वाशिंग सोप, उजाला वाशिंग सोप, बाबा वाशिंग पाउडर, धारा डिटरजेंट, जेस्ट वाशिंग पाउडर तथा ज्योति साबुन आदि हैं । इन साबुन निर्माताओं द्वारा प्रदर्शन के लिए रिकशा ट्राली, प्रचार गाड़ियों का प्रयोग किया जाता है जिससे बाजारों एवं मेलों में अस्थायी तौर पर साबुन, डिटरजेंट एवं शैम्पू का विपणन एवं वितरण हो सके । ये ग्राहकों को अपने उत्पाद के प्रति आकर्षित करने के लिए मूल्य के सम्बन्ध में तथा साबुन की एक टिकिया के साथ एक विशेष प्रकार का उपहार देकर भी विपणन करते हैं ।

वैयक्तिक विपणन :

वैयक्तिक विपणन के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं संभावित ग्राहकों का पता लगा कर उनके बारे में जानकारी प्राप्त करता है, फिर उनसे संपर्क स्थापित करके

उनके समक्ष उत्पाद को प्रस्तुत कर उत्पाद के गुणों को बताता है, एवं ग्राहक द्वारा उठायी गयी आपत्तियों का समाधान करता है। इस विधि में उत्पादक उत्पाद के तत्त्वों को ग्राहकों के समक्ष प्रस्तुत करत है तथा उनकी प्रतिक्रियाओं के अनुसार उत्पादन एवं विपणन प्रक्रिया को समायोजित कर लेता है । उत्पादक ग्राहकों से प्रत्यक्ष रूप में सूचनाओं का संग्रहण कर उत्पाद में उनके सुझावों के अनुसार सुधार करके ग्राहकों को मन्तुष्टि प्रदान करने का प्रयास करता है ।

यद्यपि कि यह विधि अपेक्षाकृत महगी पड़ती है, फिर भी सर्वेक्षण के आधार पर प्राप्त सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों द्वारा वैयक्तिक विपणन विधि के अन्तर्गत स्वयं व्यक्तिगत रूप से घर-घर जाकर ग्राहको से संपर्क स्थापित कर अपने उत्पाद के सम्बन्ध ग्राहकों की क्रिया-प्रतिक्रिया की जानकारी प्राप्त कर उसका अनुपालन करते हुए उत्पाद का विपणन एवं वितरण कर रहे हैं ।

डाक द्वारा :

विगत वर्षों में उत्पादकों द्वारा डाक के माध्यम से प्रत्यक्ष उत्पाद का विपणन एवं वितरण ग्राहकों को किया जाता था । उत्पादक अपने द्वारा उत्पादित उत्पाद की अच्छी प्रकार से पैकिंग करके डाक खाने के माध्यम से वी०पी०पी० द्वारा ग्राहक के पास पहुँचाता था । ग्राहक पत्र व्यवहार के माध्यम से प्रत्यक्ष संपर्क में रहता था । उत्पादक अपने उत्पाद की जानकारी विज्ञापन, सूची पत्रों, समाचार पत्रों, पत्रिकाओं एवं दिवाल पेन्टिंग आदि के द्वारा ग्राहकों को कराते थे, जिससे उत्पाद को खरीदने के लिए ग्राहक प्रेरित होते थे और डाकखाने के माध्यम से उत्पाद को भेजने की सूचना पत्र व्यवहार से सूचित करते थे । वर्तमान संदर्भ में विभिन्न

प्रकार की पुस्तकों एवं पत्र-पत्रिकाओं के विपणन एवं वितरण के लिए डाक द्वारा विपणन विधि का प्रयोग किया जाता है । इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा डाक द्वारा विपणन विधि का प्रयोग नहीं किया जाता है ।

दूरभाष द्वारा :

आधुनिक संचार प्रणाली के विकास से विपणन प्रक्रिया को भी गति मिली है । वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में संगठित एवं असंगठित दोनों क्षेत्र के उत्पादक अपने उत्पाद को शीघ्रता से ग्राहकों तक पहुंचाने की कोशिश करते हैं और ग्राहक, आवश्यकता की वस्तु को शीघ्रता से प्राप्त करना चाहता है । विपणन प्रक्रिया दूरभाष विपणन विधि से आसान हो जाती है, इस विधि का प्रयोग भारत में दिल्ली की आटा मिले करती है । अमेरिका में दूरभाष विपणन विधि अधिकाधिक काम में लाई जा रही है । दूरभाष द्वारा विपणन एवं वितरण विधि का प्रयोग इलाहाबाद जनपद की असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा नहीं किया जाता है ।

स्वचालित मशीन द्वारा :

स्वचालित मशीन द्वारा विपणन सर्वप्रथम सन् 1977 में मुम्बई में किया गया, मशीन द्वारा विपणन में मशीन के अन्दर वस्तु को रख दिया जाता है और एक निर्धारित मूल्य का रुपया अथवा सिक्का मशीन में डालने पर वस्तु मशीन से स्वतः बाहर निकल आती है । वर्तमान समय में पश्चिमी देशों में स्वचालित मशीन द्वारा विपणन एवं वितरण का प्रचलन अधिक पाया जाता है । भारत में भी कुछ विशिष्ट वस्तुओं का विपणन स्वचालित मशीन के द्वारा किया जा रहा

है। जनपद इलाहाबाद में केवल चाय का विपणन एवं वितरण स्वचालित मशीन द्वारा किया जा रहा है ।

अप्रत्यक्ष विपणन विधिया :

आधुनिक विस्तृत बाजारीकरण के युग में उत्पादकों के लिए यह तो असम्भव ही है कि वह अपनी वस्तुएं असंख्य और दूर-दूर तक बिखरे हुए उपभोक्ताओं तक स्वयं ही पहुँचा सकें । इस उद्देश्य से बिखरे हुए उपभोक्ताओं तक उत्पाद को पहुँचाने के लिए अप्रत्यक्ष विपणन विधिया प्रयोग में लायी जाती है जिससे विभिन्न उपभोक्ताओं को उचित मात्रा में एवं उचित समय पर उत्पाद की उपलब्धता, सुनिश्चित की जाती है ।

विपणन प्रक्रिया का मुख्य उद्देश्य उत्पाद को उत्पादक से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने से है । अप्रत्यक्ष विधि से आशय उत्पाद को मध्यस्थों की सहायता से उपभोक्ता तक पहुँचाने से है । विपणन के सम्बन्ध में सगठित एवं असंगठित दोनों क्षेत्रों के उत्पादकों द्वारा उत्पाद के विपणन हेतु अप्रत्यक्ष विपणन विधि का प्रयोग किया जा रहा है । विपणन प्रक्रिया में मध्यस्थों को विपणन एजेंट्सियों की संज्ञा प्रदान की जा सकती है । ये विपणन एजेंट्सियों एक दूसरे से कड़ी के रूप में जुड़ी होती है ।

उत्पादक → प्रतिनिधि → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता  
अप्रत्यक्ष विपणन का प्रयोग किया जाय बल्कि विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से ही उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुँचाया जा सकता है ।

1. उत्पादक → प्रतिनिधि → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

उत्पादक से प्रतिनिधि से थोक विक्रेता से उपभोक्ता विपणन प्रक्रिया का सबसे महत्वपूर्ण उद्देश्य उत्पादक द्वारा उत्पादित वस्तुओं का विक्रय करना है। वस्तु को उनके अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचाने के लिये उत्पादक को मध्यस्थों की सहायता लेनी पड़ती है, जिसे अप्रत्यक्ष विपणन की संज्ञा प्रदान की जा सकती है। इस विधि में उत्पादक वस्तु का विपणन सर्वप्रथम अपने प्रतिनिधि को करता है, प्रतिनिधि थोक विक्रेता को करता है, थोक विक्रेता, फुटकर विक्रेता को करता है, फुटकर विक्रेता अन्तिम उपभोक्ता को वस्तु का विक्रय करता है। इस प्रकार वस्तु को उत्पादक से अन्तिम उपभोक्ता तक पहुंचने में तीन मध्यस्थों के पास से होकर गुजरना पड़ता है। जिसके कारण अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचने में अनावश्यक समय एवं धन खर्च होता है और लाभ का विभाजन भी विभिन्न मध्यस्थों के बीच हो जाता है।

सर्वेक्षण से ज्ञात हुआ कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा इस विपणन विधि उपयोग न के बराबर किया जाता है।

## 2. उत्पादक → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

कभी-कभी उत्पादक से थोक विक्रेता से फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता उत्पादक विपणन प्रक्रिया को सम्पन्न करने के लिए थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेताओं को मध्यस्थ के रूप प्रयोग करते हैं। इस विधि में उत्पादक उत्पादक से थोक विक्रेता को, थोक विक्रेता से फुटकर विक्रेता को तथा फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता को उत्पाद का विपणन किया जाता है।

सर्वेक्षण के आधार पर संग्रहीत सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के लगभग पाँच साबुन निर्माताओं द्वारा विपणन की इस विधि को प्रयोग किया जाता है ।

### 3. उत्पादक → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

बाजार में आधुनिक प्रतिस्पर्धा का सामना, उपभोक्ताओं की अधिकाधिक सेवा करने के लिए एक श्रेष्ठतम विपणन एवं वितरण का माध्यम होना, उत्पादक के लाभों में वृद्धि एवं विक्रय खर्चों में कमी को द्योतक है । प्रत्येक उत्पादक अपनी विशेष आवश्यकताओं एवं परिस्थितियों के अनुसार अलग-अलग मध्यस्थों का प्रयोग करते हैं । इस विपणन विधि द्वारा उत्पादक उत्पाद का विक्रय फुटकर विक्रेता को करता है । फुटकर विक्रेता अन्तिम उपभोक्ता को करता है ।

सर्वेक्षण के आधार एकत्रित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा उत्पाद के विपणन हेतु फुटकर विक्रेताओं का प्रयोग अधिकाधिक सख्या में किया जा रहा है । उत्पादक अपने द्वारा उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेंट का विक्रय फुटकर विक्रेताओं को करता है । फुटकर विक्रेता अन्तिम उपभोक्ता को करता है । जनपद के साबुन निर्माता जैसे- डेबू ट्रेडिंग कम्पनी, करिश्मा वाशिंग पाउडर, चांदनी डिटर्जेंट वर्क्स, मलिक डिटर्जेंट, मोनी केमिकल्स वर्क्स आदि अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण फुटकर विक्रेता के माध्यम से करते हुये पाये गये ।

### 4. उत्पादक → प्रतिनिधि → उपभोक्ता

इस विपणन विधि में उपभोक्ता एवं उत्पादक के बीच सिर्फ एक ही कड़ी विक्रय प्रतिनिधि की रहती है । उत्पादक अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण

विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से अन्तिम उपभोक्ता तक उत्पाद को पहुँचाता है ।

भारत में अधिकांश दवा निर्माता विपणन की इस विधि का प्रयोग करते हैं ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा निर्मित साबुन का विपणन करने के लिये इस विधि का प्रयोग किया जाता है । बंसल सोप, अर्चना केमिकल्स, श्याम केमिकल्स वर्क्स, करैली केमिकल्स वर्क्स, स्वास्तिक सोप उद्योग, बाबा वाशिंग पाउडर केमिकल्स वर्क्स, उजियाला वाशिंग सोप इन्डस्ट्रीज आदि असंगठित क्षेत्र के इलाहाबाद जनपद के उत्पादक अपने साबुन एवं डिटरजेंट का विपणन विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से करते पाये गये ।

#### 5. उत्पादक → प्रतिनिधि → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

विपणन एवं वितरण की इस विधि के अन्तर्गत उत्पादक से प्रतिनिधि को, प्रतिनिधि से फुटकर विक्रेता को तथा फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता को वितरण किया जाता है । इस विपणन एवं वितरण विधि से उत्पाद की विक्रय लागत कम पड़ती है। देश में अधिकांश संगठित एवं असंगठित दोनों उत्पादकों द्वारा इस विपणन विधि का प्रयोग किया जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर प्राप्त सूचनाओं से ज्ञात होता है कि जनपद इलाहाबाद में चमन सोप फैक्ट्री, मिलन सोप वर्क्स, केशरवानी सोप वर्क्स, बीना सोप वर्क्स, बबलू वाशिंग सोप इन्डस्ट्रीज बाबा वाशिंग सोप इन्डस्ट्रीज आदि निर्माता जो असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता हैं के द्वारा साबुन एवं डिटरजेंट तथा वाशिंग पाउडर का विपणन अपने विक्रय प्रतिनिधि के माध्यम से फुटकर विक्रेताओं तथा फुटकर विक्रेता से अन्तिम उपभोक्ता को वितरण करते हुये पाया गया है ।



## दोहरी विपणन विधियां :

आधुनिक उत्पादन प्रणाली के अन्तर्गत जिसमें बड़े पैमाने पर विभिन्न वस्तुओं का उत्पादन किया जाता है, विपणन एक जटिल समस्या बन गयी है । विस्तृत बाजार में दूर-दूर तक फैले उपभोक्ताओं तक वस्तुयें पहुँचाने में विपणन कार्य प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से मध्यस्थों विपणन कार्य में विशेष ज्ञान रखते हैं । जब उत्पादक उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए विपणन प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विधियों का अनुकरण करता है तो इसे दोहरी विपणन विधि कहा जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है। कि जपनद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र के अनेक साबुन निर्माताओं द्वारा उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेंट तथा वाशिंग पाउडर के विपणन हेतु प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विपणन एवं वितरण विधियों का प्रयोग किया जाता है । उत्पादक विपणन के लिये व्यक्तिगत विक्रय, प्रदर्शन के साथ-साथ मध्यस्थों की सहायता भी लेता है ।

जनपद के लगभग 20 उत्पादकों द्वारा अपने उत्पाद के विपणन के लिये एवं विशेष प्रकार के कूपन का भी विभिन्न समयान्तराल में प्रयोग किया जाता है । जिससे उपभोक्ताओं को साबुन खरीदते समय कूपन दिखाने पर निर्धारित मूल्य से कम मूल्य पर साबुन प्राप्त हो जाता है, और उपभोक्ता इस कूपन को विक्रेता को दे देता है इससे निर्माता के साबुन विपणन में वृद्धि होती है ।

# અષ્ટમ અધ્યાય

### विपणनगत समस्याएँ एवं उपचारात्मक उपाय

किसी भी औद्योगिक उत्पादन में पूँजी, श्रम एवं उत्पादन के बाद जो सर्वाधिक महत्वपूर्ण समस्या उत्पन्न होती है, वह है, उपभोक्ता और बाजार की खोज। यद्यपि थोड़ा कम-ज्यादा उपभोक्ता बाजार सभी उत्पादों को मिल जाता है। फिर भी उत्पादक की प्रबल उत्कृष्टा अधिकाधिक लाभ प्राप्त करने की होती है। लाभ उत्पाद के अधिकाधिक विक्रय पर निर्भर करता है। ठीक इसी प्रकार की कुछ समस्याएँ साबुन एवं डिटरजेंट उद्योग के साथ भी हैं। यहाँ यह कहना अधिक उपयुक्त होगा कि इस तरह की समस्याएँ संगठित क्षेत्रों की अपेक्षा असंगठित क्षेत्रों में अधिक हैं। इसलिए असंगठित क्षेत्रों को शासकीय सहायता एवं पूँजी की आवश्यकता होती है। विगत विश्लेषणों के आधार पर यदि हम आधुनिक दृष्टिकोण पर दृष्टिपात करें तो उपभोक्ताओं के बढ़ते प्रचार माध्यमों की तरफ आकर्षित होकर क्रय शक्ति निर्मित करना आम बात हो चली है। यद्यपि प्रचार माध्यम द्वारा वस्तु की गुणवत्ता पर न ध्यान देकर उपभोक्ताओं को चकाचौंध में भ्रमण कराते हैं। प्रचार माध्यम की सहायता से असंगठित क्षेत्रों को अपना उपभोक्ता बाजार स्थापित करने में अनेक जटिलताओं का सामना करना पड़ रहा है। जिसमें पूँजी भी एक अहम समस्या है।

विपणन बाजार स्थापित करने में बहुराष्ट्रीय कम्पनियों ने जिस तरह से फिल्मी सितारों एवं धन के अपव्यय द्वारा जो सफलता पायी है। उस पर दृष्टिपात करना भी यहाँ प्रासंगिक है। यदि इन आधारों पर असंगठित क्षेत्र द्वारा उपभोक्ता बाजार के प्रतिस्पर्धात्मक कार्यों की तुलनात्मक विवेचना करें तो हम असंगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाईयों को काफी दूर पाते हैं, इसमें धनाभाव आड़े हाथों आता है। साबुन एवं डिटरजेंट उत्पाद में प्रयुक्त रैपरों का प्रभाव अधिकाधिक है। आज जहाँ कार्यपालिका से

लेकर न्याय पालिका तक एव आधुनिक पर्यावरण विशेषज्ञों की राय तथा वैज्ञानिक खोजे, कच्चे पदार्थ (जो कि असंगठित क्षेत्र की इकाईयों रुढ़वादिता के आधार पर प्रयुक्त करते हैं) की बढ़ती लागत तथा उपरोक्त अन्य लागते इन इकाईयों के लिए इतना लाभ नहीं छोड़ती जिससे आधुनिक चकाचौध में सम्मिलित होकर नये-नये उपभोक्ता बाजार स्थापित कर सकें।

भारतीय अर्थव्यवस्था एक मिश्रित अर्थव्यवस्था है। यहाँ पूँजीवाद और समाजवाद का सम्मिश्रण पाया जाता है। एक ओर देश में संगठित क्षेत्र के बड़े-बड़े औद्योगिक संगठनों द्वारा साबुन एव डिटरजेंट तथा अन्य सम्बन्धित उत्पादों का उत्पादन किया जाता है, और बाजार में एकाधिकार की स्थिति उत्पन्न हो गयी है। दूसरी ओर देश में परम्परागत रूप से असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत लघु एव कुटीर उद्योग भी साबुन एव डिटरजेंट का उत्पादन कर रहे हैं, जिनको संगठित उद्योग की प्रतिस्पर्धा ने इस क्षेत्र के उत्पाद को बाजार से बाहर कर दिया है। असंगठित क्षेत्र को विपणन क्षेत्र में अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है। जिसके कारण इस क्षेत्र के उत्पाद का अधिक विक्रय बाजार में नहीं हो पा रहा है। क्योंकि संगठित क्षेत्र की बहुराष्ट्रीय कम्पनियों ने लगभग सम्पूर्ण बाजार पर अपना वर्चस्व बना रखा है।

असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत जनपद इलाहाबाद में स्थापित साबुन निर्माण की इकाईयों अपने आर्थिक एव अन्य सीमित साधनों के कारण अन्य प्रदेश के बड़े जनपदों एव प्रदेश के ही औद्योगिक नगरों में उत्पादित साबुन एव डिटरजेंट के विपणन क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा करने में असमर्थ पाये गये। अन्य प्रदेशों में बिक्री कर कुछ उत्पादों के सम्बन्ध में कम है। जबकि उत्तर प्रदेश में अधिक है। इसके कारण अन्य प्रदेशों एव जनपदों में उत्पादित साबुन एव डिटरजेंट सस्ते पड़ते हैं। इससे भी इन इकाईयों में विपणन समस्या विद्यमान रहती है। इस क्षेत्र में उत्पादित साबुन एव डिटरजेंट की बिक्री

टेढी खीर है। क्योंकि टी०वी० रेडियो तथा प्रचार के अन्य माध्यम काफी खर्चीले होते हैं। जिन पर व्यय करना इन औद्योगिक इकाईयों के लिए संभव नहीं है। इसलिए सरकार को इस ओर ध्यान देना चाहिए। जिससे कि इस क्षेत्र में स्थापित साबुन उद्योग की इकाईयों को अपने उत्पाद के विक्रय से सहायता मिल सके।

जनपद में इस क्षेत्र के अन्तर्गत सलग्न विभिन्न असंगठित क्षेत्र की इकाईयों को भिन्न-भिन्न प्रकार की समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है। अधिकांश इकाईयों में केवल समस्याग्रस्त है बल्कि समाप्त होने की स्थिति में है अनेक इकाईयों पर जीकृत पायी गयी किन्तु वे किसी न किसी समस्या से ग्रस्त होने के कारण या तो बन्द हो गयी या बन्द होने की स्थिति में है। सर्वेक्षण से यह ज्ञात हुआ कि इन इकाईयों को विभिन्न प्रकार की समस्याओं से जूझना पड़ रहा है। जिनमें ये प्रमुख हैं।

### **1. उपभोक्ता सम्बन्धी समस्या :**

साबुन उद्योग के समक्ष चाहे वे संगठित क्षेत्र में हो या असंगठित क्षेत्र में विपणन की समस्या वर्तमान में ही नहीं अपितु प्राचीन काल से ही व्याप्त है। इन समस्याओं में से प्रमुख समस्या उपभोक्ता सम्बन्धी है। उपभोक्ताओं की इच्छा के अनुरूप उत्पादन पर ही विपणन निर्भर करता है, क्योंकि उपभोक्ता ही वह अन्तिम इकाई है, जो उत्पाद की असली परख रखता है। परन्तु उपभोक्ताओं की इच्छा एवं परख की असली कसौटी का कोई सर्वमान्य सिद्धान्त नहीं है। साबुन एवं डिटरजेंट का विपणन एवं वितरण क्षेत्र चार और प्रति व्यक्ति पर निर्भर करता है।

सर्वेक्षण के आधार पर सकलित, सूचनाओं से ज्ञात होता है कि एक उपभोक्ता द्वारा वस्तु का क्रय इसलिये किया जाता है कि उस वस्तु में कुछ गुण

ऐसे होते हैं, जो उसकी आवश्यकताओं की सन्तुष्टि करते हैं । वस्तु में इन गुणों के अतिरिक्त कुछ भौतिक गुण भी होते हैं । असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेंट के प्रति उपभोक्ता सम्बन्धी समस्याएँ अत्यन्त जटिल हैं, क्योंकि असंगठित क्षेत्र के उत्पादन कर्ता बाजार में अपने उत्पाद की विश्वसनीयता नहीं बना पाते हैं, और न तो इनकी कोई ब्राण्ड एवं किस्म बाजार में प्रसिद्ध होती है । जिसके कारण उपभोक्ता उत्पाद को खरीदने में देरी लगाता है या खरीदने से इनकार करता है । उपभोक्ताओं के समक्ष विभिन्न किस्म एवं ब्राँण्ड तथा भिन्न-भिन्न मूल्यों पर साबुन उत्पाद के बाजार में उपलब्ध होने के कारण उपयुक्त उत्पाद के चयन की समस्या उत्पन्न होती है । ऐसी स्थिति में उपभोक्ता ऐसे उत्पाद का चयन करता है जो कम से कम मूल्य पर अच्छी गुणवत्ता के साथ आकर्षक हो, इस प्रकार के उपभोक्ताओं के आकर्षण की समस्या भी बनी रहती है । वर्तमान उपभोक्ता बाजार में विभिन्न प्रकार के नकली एवं मिलावटी साबुन उत्पाद की विद्यमानता से उपभोक्ता उत्पाद के प्रति भ्रमात्मक दृष्टिकोण रखता है, और अपनी पसन्द का उत्पाद नहीं प्राप्त कर पाता है ।

असंगठित क्षेत्र के समक्ष उपभोक्ता के संदर्भ में विपणन हेतु मूल्य का अधिक होना, गुणवत्ता में कमी, उधार साख की कमी, प्रभावी विज्ञापन का न होना जिससे ज्ञानवर्धन एवं प्रोत्साहनात्मक जानकारी न होना, उपभोक्ताओं को समय पर या निरन्तर वस्तुओं की आपूर्ति न हो पाना अर्थात् उपभोक्ता ख्याति को अर्जित न कर पाना, इनकी दैनिक समस्याएँ हैं। इन्हीं कारणों से उपभोक्ताओं को उत्पाद के प्रति सन्तुष्टि नहीं प्रदान कर पाते हैं, और बाजार में नये उपभोक्ताओं

के लिए प्रश्न वाचक चिन्ह का सृजन करता है । भावी उपभोक्ता मूल्य, गुणवत्ता ज्ञान, तथा लाभदायकता के प्रति अधिक जागरूक हो गये हैं । इसलिए उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं का विश्वास प्राप्त करने के लिए उनकी समस्याओं पर ध्यान देना अति आवश्यक है । पहले के उपभोक्ता इतने जागरूक नहीं थे किन्तु वर्तमान उपभोक्ता शिक्षा के प्रसार के साथ साथ अत्यधिक चतुर, बुद्धिमान एवं ज्ञान वर्धक हो गये हैं इसलिए कोई भी निर्माता उपभोक्ता को तभी सन्तुष्टि प्रदान कर सकता है। जब उनकी समस्याओं पर बृहद रूप से ध्यान दे । वर्तमान में प्रायः उपभोक्ताओं में एक धारणा देखने को मिलती है । कि इनमें किसी नये उत्पाद के प्रति आकर्षण नगण्य होता है । तर्कों एवं परीक्षणों के आधार पर यह तथ्य उजागर होता है । कि नवीन उत्पाद उपभोक्ताओं के मध्य अपने प्रति विश्वास जगा पाने में असमर्थ रहते हैं, असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एवं डिटरजेंट के प्रति संदेहात्मक दृष्टिकोण रहता है । यह संदेहात्मक दृष्टिकोण उत्पाद के प्रति कई प्रकार की पृष्ठभूमि निर्मित करता है ।

(क) उपभोक्ताओं के मन में यह भावना रहती है कि असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों द्वारा निर्मित साबुन एवं डिटरजेंट निम्न कोटि का होगा,

(ख) असंगठित क्षेत्र द्वारा निर्मित साबुन एवं डिटरजेंट में आधुनिकतम तकनीक का प्रयोग न होने के कारण मानक स्तर की गुणवत्ता का संदेह बना रहता है ।

(ग) असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित उत्पाद संगठित क्षेत्र के उत्पाद की तुलना में कम आकर्षक लगता है, जिससे उसकी गुणवत्ता के प्रति उपभोक्ताओं में संदेह उत्पन्न होता है ।

शोध कार्य के दौरान शोधार्थी द्वारा जनपद इलाहाबाद के सदर्थ में उपभोक्ताओं से प्राप्त जानकारी से यह तथ्य उद्धृत हुआ कि उत्पादकों द्वारा अपने उत्पाद के सम्बन्ध में उपभोक्ताओं की समस्याओं, शिकायतों तथा सुझावों का अनुपालन नहीं किया जाता है । उपभोक्ता उत्पाद की गुणवत्ता के सदर्थ में असन्तुष्ट पाये गये । उनका तर्क है कि इस क्षेत्र में उत्पादित साबुन का उपयोग करने पर शरीर में खुजली एवं त्वचा में जलन उत्पन्न हो जाती है । उपभोक्ताओं में यह भय व्याप्त है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन का उपयोग करने पर चर्म रोग हो सकता है । अतः इस क्षेत्र में निर्मित साबुन का कम उपयोग करते हैं ।

किसी भी उत्पाद का वास्तविक उपभोक्ता ही उत्तम व्यक्ति है जो निर्माता को उत्पाद के सम्बन्ध में सही जानकारी दे सकता है । क्योंकि अन्त में उसे ही उत्पाद को खरीदना और उपयोग करना है । साबुन एवं डिटर्जेंट एक उपभोक्ता परक वस्तु है, जिसका क्रय उपभोक्ता एक समय में थोड़ी ही मात्रा में करता है । उत्पादन, विपणन एवं वितरण की समस्त क्रियाओं का संचालन उपभोक्ता की इच्छानुसार ही होता है । उपभोक्ता एक सम्राट की भाँति उत्पादक को वस्तुओं का उत्पादन करने का निर्देश देता है । उत्पादक उपभोक्ता का सेवक है । अतः उत्पादक को उपभोक्ता की रुचि के विपरीत कार्य नहीं करना चाहिए। यदि वह ऐसा करता है तो उसे ही हानि होगी ।

वर्तमान उपभोक्ता का क्रय व्यवहार पूर्णतः विवेक सम्मत नहीं होता वह तो उपयोग-क्रिया द्वारा सदैव अधिकतम सन्तोष प्राप्त करने का प्रयत्न करता है । उत्पाद से मिलने वाली संतुष्टि ही उसकी एक मात्र कसौटी है, लेकिन साबुन निर्माता एवं विपणन कर्त्ता को चाहिए कि वे क्रय-अभिप्रेरकों के वर्गीकरण का



अध्ययन करे और इन दुर्बलताओं को भली-भाँति समझ ले । जब साबुन निर्माता अपने साबुन उत्पाद को बेचता है, तो उस समय उपभोक्ता से अच्छा वार्तालाप करता है । परन्तु जब उपभोक्ता उसी उत्पाद की शिकायत करता है, तो वही मधुर वार्तालाप झगडालू वार्तालाप बन जाता है । आज के समय में वार्तालाप सम्बन्धी समस्या सबसे जटिल समस्या है । अतः साबुन निर्माताओं को चाहिए कि उपभोक्ताओं की शिकायतों और समस्याओं को सावधानी पूर्वक सुने तथा समाधान करने का प्रयास करे । उपभोक्ताओं का कहना है कि अगर निर्माता हमारी समस्याओं का निराकरण करें तो वे बाजार में दिनों-दिन सफलता की ओर अग्रसर होंगे, और इससे उनकी गुणवत्ता में सुधार होगा तथा भविष्य में विपणन का मार्ग तीव्र गति से प्रशस्त होगा । यह कार्य तब और आसान हो जाता है जब उपभोक्ता स्वयं आपस में एक-दूसरे को साबुन उत्पाद की गुणवत्ता एवं उपयोगिता को बताते हैं, कि यह साबुन अन्य साबुनों के परिप्रेक्ष्य में अच्छा एवं कम मूल्य का है, घिसता कम है, झाग अधिक देता है, इसके प्रयोग से किसी प्रकार रोग नहीं होता है, अर्थात् रोग निरोधक है । इस प्रकार का विश्वास जब उपभोक्ताओं में होता है, तो उपभोक्ता श्रृंखला का निर्माण हो जाता है, और विपणन प्रक्रिया स्वयं ही सम्पन्न होने लगती है । यदि विपणन कर्ता उपभोक्ता के मध्य सही प्रेरणाओं को उत्प्रेरित करने में सफल हो जाता है, तो उसकी बिक्री बहुत बढ़ सकती है । इनके प्रकाश में ही वह प्रभावोत्पादक विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय उत्पाद-अभिकल्पन एवं विक्रय-प्रवर्तन आदि के कार्यक्रम सफलतापूर्वक संचालित कर सकता है ।

## 2. पैकेजिंग की समस्या :

असंगठित क्षेत्र के प्रति आम उपभोक्ताओं की हमेशा यह शिकायत रहती है । कि उनके द्वारा निर्मित उत्पादन की पैकेजिंग आकर्षणात्मक होना चाहिए । आकर्षणात्मक पैकेजिंग मिलावट खत्म करने एवं उपभोक्ताओं के लिए सलाह प्रद होना चाहिए इसलिए पैकेजिंग को मूक विक्रय कर्ता की संज्ञा भी दी जाती है । असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को पैकिंग करते समय विभिन्न समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है । इस क्षेत्र के अधिकांश निर्माता अशिक्षित हैं उनके पास अनुभव एवं पूँजी का अभाव है । साबुन की कीमत बढ़ जाने का डर, पैकिंग की एक रूपता न बने रहना, ग्राहकों द्वारा पैकिंग व्यय वहन करने में कठिनाई, पैकिंग आराम देय तथा सुविधानुसार न होना, सरकारी सहयोग का न होना, पैकिंग तकनीक एवं इसके सम्बन्ध में प्रशिक्षण संस्थान का न होना, पैकिंग का कुशल कारीगर का न होना, भविष्य में बिक्री बढ़ाने के प्रति ध्यान न देना, उपभोक्ताओं की सुविधानुसार पैकिंग की व्यवस्था न होना, पैकिंग मशीनों का सस्ती दरों पर उपलब्ध न होना आदि समस्याएं विद्यमान रहती हैं । असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष अत्यधिक जटिल एवं ध्यानाकर्षण समस्याओं के कारण उपभोक्ताओं को संतुष्टि प्रदान करने में कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है । वर्तमान उपभोक्ता वस्तु को बाद में देखता है पहले उसकी बनावट एवं सजावट पर अधिक ध्यान देता है ।

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष सुगन्धित रसायनिक पदार्थों की समस्या, नवीन तकनीकी मशीनों की समस्या, साबुन एवं अन्य उत्पादों की आकर्षक सौंदर्य युक्त तथा मनमोहक सुगन्ध एवं पैकिंग की समस्या विद्यमान है ।

प्रत्येक निर्माता जो साबुन एव डिटर्जेंट का उत्पादक होता है, पैकिंग के लिए विभिन्न प्रकार की रीतियाँ अपनाता है, लेकिन इसके अन्तर्गत यह ध्यान अवश्य देना चाहिए कि उपभोक्ता की मानसिक प्रवृत्ति पैकेजिंग के सदर्भ में निरन्तर बदलती रहती है । उपभोक्ताओं को खुश रखना तभी सम्भव जब उसके सुविधानुसार और समयानुसार पैकेजिंग का स्वरूप बदलता रहता है ।

वर्तमान बदलते हुए सामाजिक रीति-रिवाज एव फैशन में वास्तविकता यह है, कि साबुनों की बिक्री में विशेष तौर पर नहाने के साबुन शैम्पू की बिक्री में, उनका पैकिंग ही सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निबहता है । अधिकतम संभव सीमा तक दिलकश और नयनाभिराम रैपर में लिपटी हुई साबुन की टिकिया ही ग्राहक को आकृष्ट कर पाती है । साबुन निर्माता द्वारा बनाए गये साबुन को ग्राहक रैपर खोलकर ही देख और सूघ सकता है और प्रयोग करने के बाद ही उसे निर्माता द्वारा निर्मित साबुन के गुण दोष और सीमाओं का पता चल पाता है । परन्तु जिस चीज को देखकर ग्राहक किसी नए ब्राण्ड के साबुन को खरीदने के लिए तैयार होता है, वह उस साबुन की पैकिंग ही है ।

अतः असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा नहाने के साबुनों की एक-एक बट्टी अलग-अलग रैपरों में पैक करने के साथ ही कपड़ा धोने के साबुन की भी एक-एक टिकिया अलग-अलग रैपरों में पैक की जानी चाहिए । आज के व्यस्त व्यावसायिक जगत में कोई भी विक्रेता एक-एक ग्राहक को स्वयं तौल कर साबुन बेचना पसन्द नहीं करता और न ही ग्राहक अनगढ़ आकार की टिकियाए खरीदना चाहता है । इसलिए निर्माता द्वारा छोटे स्तर पर सस्ते कपड़ा धोने का

साबुन क्या न बनाये उनकी एक माप एव समान भार की टिकियाए को नाम एव ब्राण्ड छपे हुए रैपरों में पैक करने की व्यवस्था अवश्य करे । नहाने के साबुनों की प्रमुख विशेषता उनकी सुगन्ध होती है और यदि साबुन को अच्छी तरह पैक नहीं किया जाता तो यह सुगन्ध उड जाती है । इसी प्रकार साबुन चाहे कैसा भी हो सस्ता एव महंगा, नहाने का या कपडा धोने का, विशिष्ट उपयोग का या अति सामान्य, उनके निर्माण में तेल और पानी का प्रयोग अनिवार्य रूप से किया जाता है । पानी की नमी को सूखने और तेलों को उडने से बचाने में भी अच्छी पैकिंग एक महत्वपूर्ण भूमिका निबाहती है, इसलिए निर्माता द्वारा किसी अच्छे व्यावसायिक कलाकार से मनभावन डिजाइन बनवाकर, आधुनिक सुविधायुक्त प्रेस से लेविल तैयार कराकर पैकिंग की व्यवस्था की जानी चाहिए । साबुन की टिकियाओं को निश्चित आकार देने ओर साथ ही उन पर नाम छापने के लिए सोप स्टेम्पिंग मशीन नामक एक विशिष्ट एव काफी सस्ती और सामान्य मशीन का प्रयोग किया जाना चाहिए ।

### 3. यातायात की समस्या:

आर्थिक विकास के साथ-साथ सड़क परिवहन, रेल परिवहन, वायु परिवहन एव जल परिवहन का भी विकास तीव्र गति से हुआ परन्तु जन-मानस की आवश्यकतानुसार आज भी परिवहन साधनों की उपलब्धता पूर्ण रूप से नहीं हो पा रही है, तथा असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों को यातायात सम्बन्धी समस्या का सामना करना पड़ रहा है । जिसके कारण अपने उत्पाद को सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में एवं अर्न्तजनपदीय बाजारों में नहीं पहुँचा पाते हैं । इसी प्रकार

कच्चा माल स्थानीय बाजारों में न मिलने पर दूसरे जनपद एवं राज्यों से मँगाना पड़ता है, जो आवश्यकतानुसार समय पर नहीं पहुँच पाता है, जिसके कारण उत्पादन प्रक्रिया में बाधों उत्पन्न होती है ।

यातायात साधनों की कमी के कारण असंगठित क्षेत्र में निर्मित साबुन एवं डिटरजेंट का बाजार में समय से न पहुँच पाना, उपभोक्ताओं को समय बद्ध आपूर्ति न हो पाना, माँग के अनुरूप पूर्ति न हो पाना, यातायात की दुर्लभता के कारण उत्पादन लागत में अनावश्यक वृद्धि होना, जिसके कारण इस क्षेत्र के निर्माता बाजार में प्रतिस्पर्धी मूल्य पर साबुन एवं डिटरजेंट का विक्रय नहीं पाते हैं ।

इलाहाबाद जनपद के अधिकांश उपभोक्ता जो असंगठित क्षेत्रों द्वारा निर्मित साबुन का उपयोग करते हैं । सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करते हैं जिनके उपयोग हेतु साबुन की उपलब्धता के लिए सड़क मार्ग द्वारा पहुँचाने में उत्पादकों को कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है । समय बद्ध आपूर्ति न हो पाने के कारण उपभोक्ताओं का उत्पाद के प्रति आकर्षण नहीं उत्पन्न हो पाता है तथा उत्पाद के प्रति अविश्वास की भावना जागृत हो जाती है । इस प्रकार परिवहन साधनों की कमी के कारण असंगठित क्षेत्र को अपने द्वारा निर्मित साबुन एवं डिटरजेंट के विपणन में कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है ।

देश की बढ़ती हुई जनसंख्या एवं उपभोक्ता बाजार के विस्तार हेतु साबुन की आपूर्ति में सबसे बड़ा बाधक के रूप में यातायात की भी झलक दिखती है । इसके सम्बन्ध में सरकार एवं निजी क्षेत्र सम्मिलित रूप से कार्य करे तो

यातायात साधनों का विकास संभव होगा । जनपद इलाहाबाद में स्थापित साबुन उद्योग की इकाइयों को सड़क मार्ग से जोड़ा जाना चाहिए, साबुन उद्योग के निर्माताओं को रियायती दर पर परिवहन साधनों को उपलब्ध कराना चाहिए । सरकार द्वारा साबुन उद्योग इकाइयों की संभव सीमा तक रेल मार्ग एवं जल मार्ग के परिवहन साधनों की सुविधा उपलब्ध करानी चाहिए तथा असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेंट को स्थानीय एवं सुदूर ग्रामीण बाजारों तक पहुँचाने की व्यवस्था की जानी चाहिए । यातायात किसी व्यवसाय के विकास की आधारशिला होती है, जिस प्रकार पूँजी व्यवसाय की रक्त वाहिनी होती है, तो यातायात भी व्यवसाय की रीढ़ होता है ।

वर्तमान में साबुन निर्माता तभी सफल हो सकता है । जब साबुन एवं डिटर्जेंट को “डोर टू डोर” पहुँचाने में सक्षम हो । वर्तमान में जहाँ पर इलेक्ट्रॉनिक व्यापार (इण्टरनेट) द्वारा क्रय-विक्रय हो रहा है। वहाँ पर उपभोक्ता की पसन्द की वस्तु का आदेश प्राप्त हो जाने पर तत्काल आदेश की पूर्ति सुनिश्चित की जानी चाहिए । यह तभी संभव है जब यातायात साधनों की सुलभता से पूर्ति हो जाय । अतः असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग के विपणन हेतु यातायात साधनों की व्यवस्था करना नितान्त आवश्यक है ।

#### **4. पूँजी की समस्या :**

सर्वेक्षण के द्वारा प्राप्त सूचनाओं से ज्ञात होता है, कि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष महत्वपूर्ण समस्या पूँजी की कमी की है । इस क्षेत्र में विद्यमान साबुन उद्योग की इकाइयों में बहुत थोड़ी मात्रा में पूँजी का निवेश होता

है, उस थोड़ी सी पूजी के द्वारा ही असंगठित क्षेत्र अपने उत्पादन एवं विपणन कार्यों का संचालन करना पड़ता है । उत्पाद के प्रचार-प्रसार के सर्वप्रमुख माध्यम, प्रिन्ट मीडियाँ एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडियाँ इतने अधिक महगें होते हैं, कि किसी बड़े संचार माध्यम के द्वारा उत्पाद का प्रचार-प्रसार कर पाना कठिन होता है । ऐसी स्थिति में असंगठित क्षेत्र के उद्यमी अपने सीमित कर्मचारियों के माध्यम से प्रचार एवं विपणन का कार्य संचालन कराते हैं, जो कि संगठित क्षेत्र की तुलना में बौना साबित होता है ।

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता पूँजी की कमी के कारण साबुन के रैपर भी आकर्षक नहीं बना पाते हैं, जिनकी वजह से उत्कृष्ट साबुन उत्पाद होने के बावजूद आकर्षक न दिखने के कारण बाजार में अपने उत्पाद की साख नहीं बना पाते, जबकि फुटकर विक्रेता असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पाद को बेचने का प्रयास करता है । परन्तु उपभोक्ताओं द्वारा उत्पाद को बिना प्रयोग ही नकार दिया जाता है । असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों द्वारा पहले मेले, हाट, बाजारों में प्रदर्शनी एवं प्रचार गाड़ी के माध्यम से स्थानीय कलाकारों के द्वारा प्रचार-प्रसार करने का उत्तम माध्यम होता था । परन्तु अब सभी जगह टेलीवीजन, वीडियो, आधुनिक चल-चित्रों एवं सिनेमा गृह आदि प्राप्त कर लिया है । जिसके कारण स्थानीय मेलों एवं प्रदर्शनियों की लगातार कमी होती जा रही है, और स्थानीय मेलों और प्रदर्शनी का माध्यम भी असंगठित क्षेत्र के हाथ से जाता रहा ।

असंगठित क्षेत्र के उद्योगों के समक्ष स्थिर पूँजी, चल पूँजी एवं कार्य शील पूँजी आदि के रूप में पूँजी की कमी की समस्या परिलक्षित होती है, जिससे वे अपने उत्पाद का विपणन एवं वितरण सुचारू रूप से नहीं कर पा रहे हैं ।

उद्यमियों को स्थायी पूंजी की आवश्यकता भूमि, भवन, मशीनों एवं उपकरणों के लिए होती है । जबकि कार्यशील पूंजी की आवश्यकता कच्चे माल के क्रय, मजदूरी के भुगतान, विपणन कार्यों के लिए, विज्ञापन के लिए पड़ती है । किसी भी व्यवसाय में पूंजी की तुलना मानव शरीर की रक्त धमनियों से किया जाता है, जिस प्रकार धमनियों के माध्यम से रक्त का संचालन मानव शरीर में होता है और मानव शरीर सुचारू रूप से कार्य करता है । उसी प्रकार व्यवसाय में पूंजी के द्वारा सम्पूर्ण कार्य उत्पादन से विपणन तक के सम्पन्न होते हैं । उत्पादक से उपभोक्ता तक उत्पाद को पहुँचाने में पूंजी की नितान्त आवश्यकता पड़ती है ।

वर्तमान तीव्र औद्योगिकरण के युग में उद्योग नवीन तकनीकों पर निर्भर करता है । जिस उद्योग में नवीन तकनीक का प्रयोग किया गया वह उद्योग उतना ही अधिक विकसित हुआ । ये तथ्य असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग पर भी लागू होता है । साबुन उद्योग में नवीन तकनीक एवं मशीनों का प्रयोग करने, कार्य पर लगे हुए कर्मचारियों को प्रशिक्षित करने उपभोक्ताओं के उत्पाद के प्रति आकर्षित करने आदि के लिए पूंजी की आवश्यकता पड़ती है । पूंजी ही किसी उद्योग को जन्म देती है, तथा उसका भरण पोषण एवं निर्वाहन का कार्य करती है ।

असंगठित क्षेत्र में स्थापित साबुन उद्योग की इकाइयों को सरकार द्वारा राष्ट्रीयकृत बैंकों, वित्तीय संस्थाओं, सहकारी बैंकों, खादी ग्रामोद्योग बोर्ड के माध्यम से अल्पकालीन, मध्यकालीन तथा दीर्घकालीन पूंजी की आवश्यकताओं की पूर्ति करायी जानी चाहिए । साबुन निर्माताओं उद्योग को विनियोजित पूंजी दीर्घकालीन ऋणों द्वारा विपणन की स्थायी पूंजीगत आवश्यकताओं की पूर्ति की जा सकती



है, तथा कार्यशील पूजी, अस्थायी, अल्पकालीन पूजी की व्यवस्था बाजार में साख के आधार की जा सकती है । साबुन उद्योग की इकाईयों को ऋण की उपलब्ध सुविधा की प्रक्रिया को आसान किया जाना चाहिए । व्यावसायिक बैंकों की देय ऋण प्रक्रिया को सुविधाजनक और आसान किया जाना चाहिए । साहूकारों, महाजानों तथा व्यापारियों से कम व्याज दर पर आसानी से अस्थायी पूजी की व्यवस्था की जानी चाहिए । किसी भी व्यवसाय की समस्त समस्याओं का समाधान स्वतः ही पूंजी की व्यवस्था होने पश्चात् हो जाती है ।

### 5. मूल्य नीति की समस्या :

व्यावसायिक जगत में वस्तु एवं सेवा का मूल्य ही महत्वपूर्ण है। मूल्य ही वस्तु की माँग को निर्धारित करने वाला एक महत्वपूर्ण कारक है । मूल्य संस्था की प्रतियोगी स्थिति बाजार में अंश तथा संस्था के विपणन कार्यक्रम को प्रभावित करता है । जिसमें कुल आगम एवं शुद्ध लाभ भी प्रभावित होता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात हुआ कि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं की मूल्य निर्धारण प्रक्रिया अत्यन्त जटिल है । जिनमें साबुन एवं डिटरजेंट के विपणन एवं वितरण में मूल्य निर्धारण सम्बन्धी नीतियों का निर्माण और विक्रय मूल्य का निर्धारण एक अत्यन्त महत्वपूर्ण समस्या है । प्रत्येक साबुन उद्योग इकाई की उन्नति एवं अवनति इसी बात पर निर्भर करती है । प्रत्येक उद्यमी का अन्तिम उद्देश्य लाभ कमाना होता है और व्यवसायी को लाभ तभी मिल सकता है जबकि उसका विक्रय मूल्य उसकी लागत से अधिक हो । साबुन उत्पाद की बिक्री भी उसके मूल्य से ही प्रभावित होती है । यदि निर्धारित मूल्य

अधिक हुआ तो बिक्री मात्रा गिर जायेगी, और इसके विपरीत मूल्य उचित हाने पर वस्तु की बिक्री बढ़ जायेगी । अतः यह निर्विवाद रूप से सत्य है कि साबुन उत्पाद का मूल्य उसकी माँग और बिक्री को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करता है । वास्तव में मूल्य ही आगम का स्रोत है जिस पर उद्योग का भविष्य निर्भर करता है । मूल्य नीति का निर्माण एक अत्यन्त जटिल प्रक्रिया है । क्योंकि उत्पाद का मूल्य निर्धारित करने के लिए कोई स्पष्ट रीति नहीं है । इसके अतिरिक्त समय एवं परिस्थितियों में होने वाले परिवर्तनों के अनुरूप समय-समय पर मूल्य नीति में उचित परिवर्तन करने की आवश्यकता भी पड़ती है ।

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं के समक्ष साबुन एवं डिटरजेंट के विक्रय के लिए मूल्य निर्धारण की कोई उपयुक्त नीति नहीं होती है और साबुन उत्पाद का मूल्य निर्धारण क्रेता तथा विक्रेता के आपसी वार्तालाप से हो पाता है । यह मुख्यतः दो तथ्यों को प्रभावित करता है प्रथमतः मूल्य बढ़ जाता है । जिससे उत्पाद के विक्रय में बाधा उत्पन्न होती है । दूसरा वार्तालाप से मूल्य निर्धारण के कारण उपभोक्ताओं को उत्पाद के प्रति सन्तुष्टि नहीं प्राप्त होती है और उन्हें सदेह की स्थिति में डाल देता है ।

सर्वेक्षण से ज्ञात हुआ कि इलाहाबाद जनपद के निम्न एवं मध्यम आय वर्गीय परिवारों ने साबुन का मूल्य प्रति टिकिया, प्रति किलोग्राम को सर्वाधिक महत्व दिया । निम्न एवं मध्य आय वर्गीय परिवारों का कहना है । कि अधिक मूल्य वाले साबुन नहीं खरीद सकते, जिससे वे सस्ते मूल्य का साबुन नहाने एवं कपड़ा धोने के लिए प्रयोग करते हैं । इसके विपरीत उच्च सम्पन्न एवं शौकीन

आय वर्गीय परिवार ही महँगे अधिक मूल्य वाले साबुनों का प्रयोग करते हैं और साबुन एंव डिटरजेंट के प्रयोग पर अधिक धन खर्च करते हैं ।

साबुन एक नित्य उपयोगी वस्तु है और उपभोक्ताओं के समक्ष चुनाव के लिए विस्तृत क्षेत्र है । यही कारण है कि साबुन एंव डिटरजेंट का मूल्य उसकी लोक प्रियता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाहता है । सर्वेक्षण में सम्मिलित अधिसंख्य उपभोक्ताओं ने हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड का सर्फ डिटरजेंट पाउडर को गुणवत्ता के सदर्थ में सर्वश्रेष्ठ बतलाया परन्तु उसका उपयोग अनवरत रूप में नहीं करते क्योंकि सर्फ अन्य सभी डिटरजेंट पाउडरों की तुलना में अधिक महँगा है ।

इलाहाबाद जनपद के साबुन निर्माताओं के समक्ष मूल्य निर्धारण की प्रक्रिया विवादास्पद बनी हुई है । एक अहम् समस्या बन गयी है क्योंकि मूल्य का निर्धारण उपभोक्ताओं के रहन-सहन, रीति-रिवाज, फैशन एंव उनकी क्रय क्षमता के अनुरूप करना पडता है । यदि उत्पाद का मूल्य कम निर्धारित करते हैं, तो उत्पाद की लागत भी प्राप्त करना कठिन हो जाता है जबकि अधिक मूल्य निर्धारण करने पर उत्पाद की बिक्री एंव उपभोक्ताओं की माँग प्रभावित होती है ।

वर्तमान तीव्र प्रतिस्पर्धा के युग में मूल्य सम्बन्धी समस्या अति गम्भीर मुद्दा हो गया है, क्योंकि मूल्य ही वह कसौटी है, जो उद्योग को आगे बढ़ाने में अग्रसर सफलता का द्योतक माना जाता है । इसलिए उद्योग को सफल बनाने में मूल्य निर्धारण के लिए उपयुक्त मूल्य नीति का होना आवश्यक है । अतः प्रत्येक साबुन निर्माताओं के लिए यह आवश्यक है कि वह स्वस्थ मूल्य नीतियाँ अपनाये ताकि व्यवसाय को सन्तोषप्रद आय अर्जित हो ।

एक निश्चित अवधि के लिए साबुन उत्पाद के मूल्य निर्धारित करने की नीति को ही मूल्य निर्धारण की नीति कहा जाता है । मूल्य निर्धारित करते समय साबुन निर्माताओं को मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले तत्वों से भली भौति परिचित होना चाहिए , यथा-लागतों का व्यवहार, क्रेताओं का मनोविज्ञान, प्रतिस्पर्धा की मात्रा, तथा सरकारी नियन्त्रण आदि । साबुन एंव डिटर्जेंट का निश्चित किया गया मूल्य न केवल माँग को ही अपितु उद्यम की प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता पर भी प्रभाव डालता है । मूल्य न केवल आय पर प्रभाव डालता है, बल्कि उत्पाद-नियोजन, विज्ञापन, वितरण एवं अन्य सभी प्रबन्धकीय निर्णयों पर भी महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है । उत्पाद का मूल्य निर्धारण करते समय सर्वप्रथम साबुन एंव डिटर्जेंट की माँग का पूर्वानुमान लगाना चाहिए है । मूल्य निर्धारण पर वर्तमान तथा भावी दोनों प्रकार की प्रतिस्पर्धा का प्रभाव पड़ता है । अतः प्रतिस्पर्धा पर भी भली भौति विचार कर लेना ठीक होगा । साबुन निर्माताओं द्वारा एक उचित मूल्य-तकनीक का चयन करना चाहिए ।

## 6. प्रतिस्पर्धा की समस्या :

वर्तमान औद्योगिक जगत में प्रत्येक उद्योग को प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है । साबुन उद्योग भी इस प्रतिस्पर्धा से अछूता न रहा इस उद्योग में सलग्न असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को दो प्रकार की प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है । प्रथम असंगठित क्षेत्र की स्थानीय इकाइयों से आन्तरिक प्रतिस्पर्धा तथा दूसरी संगठित क्षेत्र की राष्ट्रीय एवं अन्तराष्ट्रीय स्तर की इकाइयों से बाह्य प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है ।

तीव्र गति से बढ़ती हुई व्यवसायिक प्रक्रिया में जहाँ पर व्यापार पलभर या छणिक समय में बढ़ते हुए सूचना प्रौद्योगिकी के द्वारा देश में ही न सम्भव होकर विदेशों में भी सम्भव हुआ है । वर्ष 1991 की औद्योगिक उदारीकरण नीति जो खुले व्यापार का आमन्त्रण देती है, जिसे मुक्त व्यापार की सज्ञा दी जाती है, वहाँ पर व्यापार को सभव बनाने के लिए प्रतिस्पर्धा का विशेष महत्व है । यह महत्व उस समय अधिक प्रतीत होता है जब बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का प्रवेश दूसरे देशों में हो जाता है । प्रतिस्पर्धा ही व्यवसाय की गुणवत्ता को प्रेरित करती है । जिसका सीधा लाभ उपभोक्ता को प्राप्त होता है । किन्तु निर्माता के लिए यह एक समस्या उत्पन्न होती है । असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों की बाजारों में कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड रहा है । बाजार में संभावित प्रतिस्पर्धा सदैव उत्पादक के लिए जोखिम का कारण बनी रहती है । प्रत्येक उत्पादक इस प्रयत्न में संलग्न रहता है कि वह किसी न किसी प्रकार अपने व्यापार को अधिक से अधिक विस्तृत कर ले और इसके लिए वह व्यापारिक लागत में कमी करने, अपने उत्पादित साबुन एवं डिटरजेंट में इस प्रकार परिवर्तन करने का प्रयास करता रहता है कि वह अधिक से अधिक बाजार पा सके । इस प्रतियोगी प्रवृत्ति के कारण हर व्यापारी के समक्ष एक अनिश्चितता का वातावरण रहता है उसकी बिक्री पहले से कम या अधिक हो सकती है और यही अनिश्चितता जिसका मूल कारण प्रतिस्पर्धा है, जोखिम का रूप धारण कर लेती है । प्रतिस्पर्धा की समस्या के समाधान हेतु मूल्य का न्यूनतम होना, उत्पाद का प्रमापीकरण एवं श्रेणीयन करना, किस्म (ब्राण्ड), पैकिंग, विक्रय संवर्द्धन, विज्ञापन

और विक्रय कला प्रतिस्पर्धा के प्रति अपने उत्पाद के विपणन के सदर्थ में सराहनीय योगदान करते हैं । उपभोक्ताओं को प्रेरित करने में जहाँ पर विभिन्न ब्रॉण्ड एव किस्म के साबुन उत्पाद का बाजार में दिन-प्रतिदिन जन्म हो रहा है । वहीं पर प्रत्येक उत्पादक को अनिश्चितता की स्थिति में विभिन्न प्रतिस्पर्धी अवस्थाओं से गुजरना पड़ रहा है । नये-नये साबुन उत्पाद का बाजार में प्रवेश होने से उत्पाद के मूल्य में कमी का प्रस्ताव, लागत से कम मूल्य पर उत्पाद को बेचना, नये साबुन उत्पादक को बाजार से बहिष्कृत करना जिसके लिए गलत शक्ति का प्रयोग करना, दोषपूर्ण विज्ञापन करना अपने साबुन उत्पाद को उच्चतम साबित करने के लिए तथा विक्रय में वृद्धि हेतु विक्रय सवर्द्धन को अपनाना वर्तमान में फैशन का एक रिवाज बन गया है ।

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा प्रतिस्पर्धा को सीमित करने के लिए आपस में एक संघ बनाकर अनावश्यक प्रतियोगिता को समाप्त कर विपणन-जोखिम से बच सकते हैं । साबुन निर्माता साबुन एंव डिटरजेंट के उत्पादन, बिक्री, कीमत, बिक्री क्षेत्र तथा अन्य बिक्री शर्तों पर समझौता कर आपसी होड के कारण मूल्य में की जाने वाली कटौती से बच सकते हैं और बाजारों में मूल्यों को स्थिर रखने तथा जोखिम कम करने में सफल हो सकते हैं । साबुन एंव डिटरजेंट को एक जगह से दूसरी जगह ले जाने के लिए सरकार भाडो की दर निश्चित कर सकती है और व्यापारियों द्वारा दी जाने वाली छूट को अवैधानिक करार देकर अनिश्चित प्रतिस्पर्धा को समाप्त कर सकती है ।

## 7. मध्यस्थों की समस्या :

उत्पाद से उपभोक्ता तक उत्पाद को पहुँचाने के लिए विभिन्न वितरण के माध्यम, वितरण-वाहिका तथा व्यापारिक मध्यस्थों का सहयोग लिया जाता है । इन मध्यस्थों को थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी, विक्रय प्रतिनिधि आदि अनक नामां से जाना जाता है । साबुन उत्पाद को उपभोक्ता तक पहुँचाने में इनकी सेवाओं की विशेष रूप से आवश्यकता पड़ती है, किसी भी व्यावसायिक उपक्रम की सफलता माध्यमों के ऊपर ही निर्भर करती है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि वर्तमान बाजार व्यवस्था में मध्यस्थ साबुन उत्पादकों एवं उपभोक्ताओं के मध्य एक आवश्यक कड़ी है । मध्यस्थ उत्पादक के उत्पादित साबुनों की बिक्री, उपभोक्ता को उत्पाद की जानकारी तथा उत्पाद के प्रति आकर्षित करने में सहायक होते हैं। उत्पादक और उपभोक्ता नदी के दो किनारों की भाँति है । मध्यस्थ व्यापारी परस्पर मिलाने के लिए पुल का काम करते हैं । मध्यस्थ उत्पाद की विपणन एवं वितरण प्रक्रिया की सम्पन्नता में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं । परन्तु असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों के प्रति ये मध्यस्थ (थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी, विक्रय प्रतिनिधि) विपरीत नजारियाँ रखते हैं । प्रथमतः तो ये मध्यस्थ असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेंट का विक्रय करने के लिए तैयार नहीं होते हैं, और जब बेचने के लिए तैयार भी होते हैं, तो वे उत्पाद को अधिक समय तक दुकान पर ही रोक रखते हैं, ग्राहकों को विक्रय नहीं करते हैं ये मध्यस्थ उन उत्पादकों एवं निर्माताओं का साबुन एवं डिटर्जेंट अधिक विक्रय

करना पसन्द करते हैं, जिनके द्वारा, विक्रय पर कमीशन एवं छूट अधिक मिलन की संभावना होती है । जबकि असंगठित क्षेत्र अपने साबुन एवं डिटरजेंट के विक्रय हेतु संगठित क्षेत्र के परिप्रेक्ष्य में कमीशन और छूट दे पाते हैं । जिससे मध्यस्थ इनके साबुन एवं डिटरजेंट का विक्रय नहीं करते हैं, असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादन की परम्परागत श्रम आधारित पद्धति के उपयोग के कारण उत्पादन लागत अधिक आती है, जिससे उत्पाद का मूल्य भी अपेक्षाकृत अधिक होता है । कार्यशील पूँजी की कमी के कारण मध्यस्थों का आकर्षक कमीशन एवं प्रोत्साहनात्मक राशि नहीं उपलब्ध करा पाते हैं जिससे मध्यस्थ (थोक व्यापारी एवं फुटकर व्यापारी) उत्पाद के विक्रय के प्रति उदासीन रहते हैं । इसके अतिरिक्त असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योग में विपणन प्रक्रिया के क्रियान्वयन हेतु नियुक्त विक्रय अधिकर्ता एवं कमीशन एजेंट संस्था में पूर्ण निष्ठा से कार्य नहीं करते हैं, तथा कतिपय अधिकर्तागण साबुन एवं डिटरजेंट का विक्रय एक ही बाजार में भिन्न-भिन्न मूल्यों पर कर देते हैं और विक्रय राशि स्वयं द्वारा संग्रहीत करके अपने निजी उपयोग में ले लेते हैं, जिसके परिणाम स्वरूप साबुन एवं डिटरजेंट निर्माताओं को आर्थिक हानि पहुँचती है । साथ-साथ उनकी व्यापारिक साख को भी धक्का लगता है । कभी-कभी अधिकर्तागण अपने अधिकाधिक कमीशन की लालच में उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं को भ्रामक जानकारियाँ दे देते हैं जो वास्तविकता से परे होती हैं, जिससे साबुन एवं डिटरजेंट निर्माता बाजार में उत्पाद के प्रति ग्राहक का विश्वास खो देते हैं, फलतः विपणन की समस्या उत्पन्न हो जाती है ।



विपणन में व्याप्त मध्यस्थों की समस्या के सदर्थ में कुछ अद्योलिखित सुझाव विचारणीय है । जिससे कुछ सीमा तक समाधान संभव है । माध्यस्थों के कड़ी की जो एक लम्बी श्रृंखला है, उसे सीमित किया जाना चाहिए ताकि उत्पाद को उपभोक्ताओं तक पहुँचाने में अनावश्यक व्यय एवं समय व्यतीत होता है, उससे बचा जा सके तथा कुछ सीमा तक न्यूनतम मूल्य पर उत्पाद उपभोक्ताओं को उपलब्ध कराया जा सके । वस्तुतः भारत में पूजीवाद एक अहम् समस्या है । यदि विपणन में संलग्न मध्यस्थ समाजवादी दृष्टिकोण अपनाये तो असंगठित क्षेत्र के उत्पादकों को भी अच्छा अवसर प्राप्त हो सकता है । असंगठित क्षेत्र के उत्पादकों को अपने उत्पाद के विक्रय हेतु विपणन मध्यस्थों का चुनाव करते समय वैज्ञानिक पद्धतियों अपनानी चाहिए तथा उनका मनोवैज्ञानिक विश्लेषण करते हुए अपने उत्पाद एवं उसकी गुणवत्ता के सदर्थ में मध्य मार्ग का अनुसरण करते हुए मार्गदर्शन करना चाहिए, यह मार्गदर्शन न अधिक नकारात्मक हो, न अधिक सकारात्मक ही हो, तथा उचित साख शर्तों के साथ मार्जिन को बढ़ाकर, अन्य प्रकार से मूल्यों में सुविधा देकर विपणन हेतु प्रोत्साहित किया जाना चाहिए । उत्पादक अपने विक्रय प्रतिनिधियों को समय-समय पर प्रोत्साहित कर उनमें निष्ठा का भाव बनाये रख सकते हैं । यह प्रोत्साहन आर्थिक एवं सामाजिक दोनों परिप्रेक्ष्य में संभव हो सकता है । उत्पादको द्वारा अपने विक्रय प्रतिनिधियों एवं कमीशन अभिकर्ताओं की सामायिक बैठक आहूत करना चाहिए, ताकि उनके समक्ष बाजार में उत्पाद के विक्रय में उदभूत समस्याओं का निदान किया जा सके और उन्हें विक्रय हेतु प्रशिक्षण के माध्यम से प्रोत्साहित किया जा सके । उत्पादक को चाहिए कि

प्रत्येक मध्यस्थ के माध्यम से प्रति वर्ष विक्रीत उत्पाद की समीक्षा करें यह समीक्षा कई मध्यस्थों के माध्यम से विक्रीत उत्पाद की तुलनात्मक विश्लेषण भी होना चाहिए प्रति मध्यस्थ प्रति वर्ष विक्रय में कमी आने पर विक्रय के क्षेत्र में उद्भूत समस्याओं का विश्लेषण करना चाहिए, यदि ऐसी समस्या स्वयं उत्पादक जनित है, तो उसे स्वयं अपने में सुधार करना चाहिए अन्यथा यथा स्थिति मध्यस्थ को प्रोत्साहित करना चाहिए तुलनात्मक रूप से अधिक विक्रय करने वाले मध्यस्थ को विशेष रूप से पुरस्कृत भी किया जा सकता है । यदि वर्ष-प्रतिवर्ष तुलात्मक रूप से किसी मध्यस्थ के द्वारा विक्रय में कोई राष्ट्र जनित समस्या उद्भूत होती है, तो इससे निरुत्साहित न होकर कुछ अन्य वैकल्पिक व्यवस्थाओं के प्रति भी ध्यानाकर्षण करना चाहिए ।

#### **8. भण्डारण की समस्या :**

वस्तु के निर्माण के बाद उसको सुरक्षित रखने की प्रक्रिया को भण्डारण कहते हैं । उद्योग में वस्तु के उत्पादन के बाद माल को प्रायः विपणन प्रबन्धक को ही सौंप दिया जाता है । इसलिए भण्डारण विपणन प्रक्रिया का ही अंग समझा जाता है । भण्डारगृह के नियोजन अभिन्यास समान की उठायाधरी, माल की माल प्राप्ति, एवं भेजने, सुरक्षा आदि की व्यवस्था उसी आधार पर की जाती है ।

उत्पाद के उत्पादन के बाद उसको उचित ढंग से रखना व्यवस्थिति करना एवं नियमित नियन्त्रण करना होता है । साबुन उत्पाद को निर्माण प्रक्रिया के पश्चात विपणन प्रक्रिया की सम्पन्नता तक विभिन्न श्रृंखला से गुजरना पड़ता है ।

साबुन एंव डिटर्जेंट का निर्माण करने के पश्चात भण्डार गृहों में स्टोर करना, थोक विक्रेताओं को आवश्यकतानुसार उत्पाद का निर्गमन, फुटकर विक्रेताओं की माँग के अनुसार साबुन एंव डिटर्जेंट का निर्गमन, उत्पाद को अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचने में काफी समय लगता है । उपभोक्ता के पास पहुँचने के समय तक उत्पाद को सुरक्षित रखने की समस्या उत्पन्न हो जाती है, क्योंकि भण्डारण की समुचित व्यवस्था अभी भी अपर्याप्त है, जो भण्डारगृह है भी तो काफी दूर पर बनाये गये हैं, वहाँ तक उत्पाद को पहुँचाने में यातायात लागत बढ़ जाती है, जिसके फलस्वरूप उत्पाद का मूल्य बढ़ जाता है और बाजार में उत्पाद की बिक्री करने में कठिनाई का सामना करना पड़ता है ।

सर्वेक्षण द्वारा संग्रहीत सूचनाओं से ज्ञात होता है कि इलाहाबाद जनपद में वस्तुओं के भण्डारण हेतु सरकारी एंव निजी क्षेत्रों में भण्डारगृहों की कमी है, जहाँ है भी वहाँ सुविधाओं का अभाव पाया जाता है । सरकारी क्षेत्र में जो भी भण्डारगृह बनाये गये हैं वे शहर से दूर बनाये गये हैं और यातायात की समुचित व्यवस्था न होने के कारण उत्पाद को भण्डारगृह तक पहुँचाने में समस्या उत्पन्न होती है । असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों को भण्डार के सम्बन्ध में विभिन्न प्रकार समस्याओं का सामना करना पड़ता है।

इलाहाबाद जनपद में जो भण्डारगृह है भी वे उत्पादक इकाईयों से लम्बी दूरी पर हैं । जिससे उत्पाद को भण्डारगृह तक पहुँचाने में अधिक भाड़े वाले यातायात साधनों का प्रयोग करना पड़ता है । वस्तुतः विपणन लागत बढ़ जाती है । भण्डारगृह में कार्यरत भण्डार रक्षक उत्पाद को सुरक्षित एंव क्रमानुसार

व्यवस्थित नहीं रख पाते हैं, जिससे विक्रय के समय पहले से आये उत्पाद भण्डार गृह में रह जाते हैं और बाद में आये उत्पाद का विक्रय हो जाता है पहले से आया उत्पाद पुराना होकर खराब हो जाता है । भण्डारगृहों में विद्युत एवं आधुनिक उपकरणों की अनुपलब्धता के कारण प्रकाश का अभाव होता है जिससे उत्पाद की चोरी एवं मौसम परिवर्तन के फलस्वरूप खराब होने की संभावना बढ़ जाती है । उपेक्षापूर्वक लेखापालक भण्डारगृह में आने वाले निर्मित उत्पादों का निर्गमन क्रमानुसार न करके बाद में आने वाले उत्पाद का निर्गमन कर देते हैं । असंगठित क्षेत्र में साबुन एवं डिटर्जेंट का उत्पादन पूर्णतः श्रम आधारित परिश्रम द्वारा परम्परागत विधि से तैयार किया जाता है जिससे उत्पाद को भण्डार गृहों की कमी के कारण अधिक समय तक सुरक्षित रख कर विक्रय करना एक महत्वपूर्ण समस्या है, क्योंकि उत्पादन में प्रयुक्त कच्चा माल निम्न कोटि का होने से निर्मित उत्पाद अधिक समय तक टिकाऊ नहीं होता है और कभी-कभी तो विक्रेता के गोदाम में ही खराब हो जाता है । अच्छी भाण्डारण सुविधा न होने के कारण उत्पाद के गुणों में ह्रास होता है, और उत्पाद की बराबदी होती है । विक्रेता भी उत्पाद को सीमित मात्रा में क्रय करते हैं । प्रभावपूर्ण विपणन के लिए साबुन एवं डिटर्जेंट के उत्पादन के साथ-साथ इसके भाण्डारण पर भी प्रभावी नियन्त्रण आवश्यक होता है । प्रभावी भाण्डारण के द्वारा उत्पाद की चोरी, क्षति, टूट-फूट तथा असावधानी से होने वाली हानि को रोका जा सकता है ।

असंगठित क्षेत्र के उद्यमियों को उत्पाद के भाण्डारण के लिए संभव सीमा तक भाण्डार गृहों का निर्माण कराया जाना चाहिए । जनपद में उपलब्ध भाण्डार

गृहों को किराये पर लिया जा सकता है, तथा भण्डारगृह में उत्पाद की देख रेख एक अधिकारी के नियन्त्रण में रखना चाहिए । भण्डारगृह तक उत्पाद को पहुँचाने से सम्बन्धित यातायात की समस्या के निवारणार्थ, भण्डारगृह तथा औद्योगिक इकाईयों को, सड़क मार्ग से जोड़ने का प्रयास करना चाहिए । भण्डारगृह में भण्डार रक्षक द्वारा उत्पाद को खुली हवा, सीलन, आग, एवं पानी आदि तथ्यों को ध्यान में रखते हुए व्यवस्थित क्रमानुसार उठायाधरी की व्यवस्था करना तथा जिस क्रम से उत्पाद भण्डारगृह में आये उसी क्रम में विक्रय हेतु निर्गमन किया जाना चाहिए । स्टॉक में नवीन उत्पाद की मात्रा का भौतिक निरीक्षण एवं जाँच समय-समय पर करते रहना चाहिए और अधिक पुराने, क्षति ग्रस्त, अवशिष्ट एवं अनावश्यक उत्पाद को यथा शीघ्र विक्रय का प्रयत्न करना चाहिए । भण्डारगृह में उत्पाद की प्रकृति के अनुसार नहाने का साबुन, कपड़ा धुलने का साबुन, डिटर्जेंट पाउडर एवं शैम्पू को अलग-अलग क्रमानुसार व्यवस्थित रखना एवं निर्गमन विभाग द्वारा उत्पाद का निर्गमन उपयोग करने वाले ग्राहको, की माँग के अनुसार यथा-स्थान सुविधानुसार उपलब्ध कराना चाहिए जिससे विक्रय की मात्रा में वृद्धि है । लेखपालक द्वारा लेखाकन के माध्यम से भण्डारगृह पर उत्पाद की मात्रा एवं वित्तीय नियन्त्रण किया जा सकता है ।

#### 9. बाजार सर्वेक्षण की समस्या :

बाजार सर्वेक्षण उपभोक्ताओं से प्राप्त की जाने वाली सूचनाओं के संकलन की ऐसी व्यवस्थित विधि है जिसका उद्देश्य समग्र व्यवहार के बाजार सम्बन्धी घटकों के बारे में जानकारी प्राप्त करना है । साबुन, डिटर्जेंट एवं शैम्पू उत्पाद

के सम्बन्ध में बाजार के तत्वों से तथ्यात्मक सूचनाएँ, उपयोग करने सम्बन्धी राय (मत) तथा अभिवृत्तियों की जानकारी प्राप्त करना है । सर्वेक्षण के आधार पर सकलित सूचनाओं के अध्ययन से ज्ञात हुआ कि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता अपने द्वारा निर्मित नहाने का साबुन, कपड़ा धोने का साबुन एवं डिटर्जेंट पाउडर, बर्तन साफ करने का वाशिंग पाउडर आदि के बारे में विक्रेताओं, ग्राहकों तथा उपभोक्ताओं की राय अभिवृत्तियों तथा आवश्यक तथ्यात्मक जानकारी नहीं कर पाते हैं । क्योंकि इनके समक्ष योग्य, कुशल तथा प्रशिक्षित विक्रय कर्ताओं की कमी के कारण बाजार सर्वेक्षण की समस्या विद्यमान रहती है ।

समय -समय पर उत्पाद के सम्बन्ध में बाजार सर्वेक्षण न करा पाने के कारण उत्पाद किस स्थान कम और किस स्थान पर अधिक बिकता है? बाजार में उत्पाद की बिक्री कितनी है? कुल विक्रय में इस क्षेत्र में निर्मित उत्पाद का कितना भाग है? सभावित माँग कितनी हो सकती है। विक्रय क्षेत्र का निर्धारण किस प्रकार करे, बाजार की प्रकृति एवं आकार क्या है? बाजार परिवर्तन की दिशा क्या है? आर्थिक घटक उत्पाद के बाजार को किस प्रकार प्रभावित करते हैं? आदि तथ्यात्मक जानकारी नहीं कर पाते हैं ।

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता उत्पादन के प्रति अधिक ध्यान देते हैं, तथा विपणन पर कम ध्यान देते हैं, यही कारण है कि साबुन, डिटर्जेंट एवं शैम्पू उत्पाद ग्राहकों की चाह, पसन्द एवं फैशन के अनुरूप परिवर्तित एवं परिमार्जित नहीं कर पाते हैं, जिससे उत्पाद की माँग घटती जाती है और विपणन की समस्या उत्पन्न हो जाती है ।

इस समस्या के समाधान हेतु बाजार विश्लेषको, विक्रय कर्ताओं एवं ग्राहको की राय तथा परामर्श प्राप्त करना चाहिए । राय एवं परामर्श प्राप्त करने के लिए योग्य, कुशल कर्मचारियों की सेवा लेनी चाहिए । यदि इनकी सेवा प्राप्त करने में कठिनाई हो तो पत्र-व्यवहार का सहारा लेना चाहिए । वर्तमान में उपभोक्ता किसी वस्तु को खरीदने में बुद्धिमता का प्रयोग करता है और वस्तु को खरीदने के पूर्व ही वस्तु का निर्माता कौन है कि जानकारी प्राप्त करता है । अतः असंगठित क्षेत्र को साबुन निर्माताओं को साबुन एवं डिटर्जेंट पाउडर का उत्पादन करने के पूर्व ही स्वयं बाजारों में साबुन विक्रेताओं, ग्राहको एवं उपभोक्ताओं की अभिवृत्तियों की जानकारी प्राप्त करनी चाहिए, और इनकी माँग एवं पसन्द के अनुरूप ही उत्पादन करने का प्रयास करना चाहिए । संगठित क्षेत्र का साबुन निर्माता हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड कम्पनी ने नहाने का साबुन-पीयर्स, लक्स, लक्स सुप्रीम, लाइफबॉय, रेक्सोना, कपडा धोने का साबुन- सनलाइट, रिन, सर्फ पाउडर तथा बर्तन साफ करने का वाशिंग पाउडर एवं विम टिकिया आदि का उत्पादन करने के पूर्व ही इनके सम्बन्ध में बाजार सर्वेक्षण किया और आज भी आवश्यकतानुसार समय-समय पर बाजार सर्वेक्षण कराता रहता है । तथा उत्पादन में परिवर्तन करता रहता है । अतः असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता भी उत्पादन के पूर्व बाजार सर्वेक्षण करे यदि उत्पादन के पूर्व बाजार सर्वेक्षण सम्भव न हो तो उत्पादन के पश्चात् बाजार में उत्पाद के प्रति ग्राहको, विक्रेताओं एवं उपभोक्ताओं के व्यवहार की जानकारी प्राप्त करने के लिए, समय-समय पर बाजार सर्वेक्षण कराते रहना चाहिए, ताकि बदलते हुए फैशन की माँग के अनुरूप उत्पाद को परिवर्तित एवं परिमार्जित कर विपणन की समस्या को सीमित किया जा सकता है ।

## 10. विज्ञापन की समस्या :

प्रत्येक निर्माता को ऐसे संचार के माध्यम की आवश्यकता पड़ती है, जो बृहत आकार में ग्राहकों को उत्पाद के सम्बन्ध में सूचना दे सके एवं अवैयक्तिक रूप में क्रेता तक पहुँचा जा सके । व्यवसाय-जगत की इस आवश्यकता ने विपणन का सृजन किया है । इस अवैयक्तिक माध्यम से विक्रेता से क्रेता, उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचा जाता है । विज्ञापन जन समूह के लिए वाणिज्यिक संप्रेषण है जिनमें विज्ञापन कर्ता उपभोक्ताओं एवं भावी क्रेताओं के व्यवहार को अपने उत्पाद एवं संस्था के पक्ष में प्रभावित करता है ।

आधुनिक प्रतिस्पर्धात्मक युग में विज्ञापन एक अनिवार्यता है, बिना विज्ञापन का सहारा लिए कोई भी व्यवसायी सफलता की अपनी मंजिल पर नहीं पहुँच सकता है । साबुन, डिटर्जेंट एवं शैम्पू उत्पाद, एक ऐसा उद्योग है, जो पूर्णतः विज्ञापन एवं पैकिंग पर ही आधारित होता है । यही कारण है कि आज टी0वी0, रेडियो, पत्र-पत्रिकाओं में आधे से अधिक विज्ञापन विविध प्रकार के साबुनों, डिटर्जेंटों एवं शैम्पुओं का दृष्टिगोचर होता है । टेलीविजन पर प्रायोजित कार्यक्रमों के प्रयोजक अधिकांशतः साबुन एवं डिटर्जेंट के निर्माता संस्थान होते हैं ।

सर्वेक्षण के आधार पर संकलित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों के समक्ष विज्ञापन की समस्या विशेषतः विद्यमान है । विज्ञापन की समस्या में पूँजी की कमी सबसे बड़ा गति अवरोधक है, क्योंकि अत्यधिक विज्ञापन कार्यशील पूँजी में रुकावट डालता है । असंगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन एवं डिटर्जेंट में एक रुपता, प्रमापीकरण, श्रेणीकरण का अभाव



पाया जाता है, जिससे उत्पाद के प्रति उपभोक्ताओं को जानकारी देने में कठिनाई होती है ।

असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं की औद्योगिक इकाइयों बहुत छोटी, होती हैं तथा कम पूँजी में स्थापित होती हैं विज्ञापन पर अधिक खर्च नहीं कर पाती हैं । इसके विपरीत जनपद इलाहाबाद के लगभग 20 निर्माताओं की मानसिकता यह बन गई है कि विज्ञापन उत्पाद की लागत को बढ़ाता है, जिस प्रकार गोदाम व्यय, मजदूरी व्यय, बिक्री व्यय, उत्पाद की लागत बढ़ाते हैं, उसी प्रकार विज्ञापन व्यय भी उत्पाद की लागत बढ़ाते हैं जिसका प्रभाव उपभोक्ता पर पड़ता है । विज्ञापन व्यय बढ़ने से उत्पाद का प्रति इकाई मूल्य अधिक हो जाता है परिणामतः उत्पाद के विक्रय में समस्या उत्पन्न हो जाती है ।

यही कारण है कि वर्तमान सदर्थ असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता द्वारा विज्ञापन को मात्र एक दिखावा, ऊपरी सजावट, सौंदर्य एवं साज-सज्जा की झलक माना जाता है । जबकि उत्पाद की वास्तविकता इससे कहीं दूर नजर आती है । कुछ निर्माताओं की यह सोच रहती है, कि विज्ञापन पर किया गया व्यय अपव्यय होता है, इस सम्बन्ध में धन का अपव्यय, मिथ्या प्रचार, भ्रामक, दोषपूर्ण, अश्लील विज्ञापन, खर्चीला फैशन परिवर्तन, प्रतिस्पर्धा का जन्म, राष्ट्रीय स्रोतों का अपव्यय, सामाजिक बुराइयों को जन्म देता है आदि तर्क दिये जाते हैं जो विज्ञापन के विपरीत धारणा की ओर प्रेरित करते हैं, तथा विभिन्न निर्माताओं, उत्पादकों, सरकार, समाज द्वारा, अर्थशास्त्रियों एवं विशेषज्ञों द्वारा विज्ञापन की कटु आलोचना की जाती है, क्योंकि विज्ञापन ज्ञान वर्धन न होकर झूठे, कपटपूर्ण, भ्रामक

जानकारी देते हैं, इससे जन साधारण को हानि पहुँचती है, इन्हीं कारणों से असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता विज्ञापन नहीं करते हैं । इसके विपरीत वर्तमान व्यवसायिक जगत संगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता विपणन की अक्रामक रणनीति तैयार कर विज्ञापन पर अधिकाधिक धन खर्च कर रहे हैं और किसी न किसी अभिनेता, अभिनेत्री एवं खिलाड़ियों को विज्ञापन के लिए उपयोग कर रहे हैं । जिसके उपयोग से उत्पाद की सूचना उपभोक्ताओं तक शीघ्र अति शीघ्र पहुँचाते हैं, तथा उपभोक्ताओं में उत्पाद के प्रति आकर्षण उत्पन्न करते हैं । इस क्षेत्र के निर्माताओं द्वारा उत्पाद के विपणन वृद्धि हेतु आधुनिक विज्ञापन का प्रभावकारी माध्यम बिक्री एवं प्रचार का संयुक्त अभियान है इस कार्य के लिए विशेष विक्रय कर्ताओं एवं प्रचार कर्ताओं का उपयोग किया जा रहा है । ये विक्रय कर्ता एवं प्रचार कर्ता ग्राहकों के घर-घर जा कर साबुन, डिटर्जेंट एवं शैम्पू सम्बन्धी पूर्ण जानकारी कराते हैं, साथ ही विक्रय के लिए ग्राहकों को विशेष प्रलोभन यथा-छूट का कूपन, एक टिकिया साबुन के साथ एक मुफ्त एवं प्रयोग द्वारा परीक्षण का अवसर दिया जाता है । प्रलोभन स्वरूप प्रत्येक ग्राहक को कुछ न कुछ उपहार एक पैकेट के साथ दिया जाता है । जबकि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा विज्ञापन के इस माध्यम का प्रयोग भी नहीं किया जा रहा है क्योंकि यह अपेक्षाकृत महँगा पड़ता है, कुशल योग्य विक्रय कर्ताओं एवं प्रचार कर्ताओं भी नहीं मिल पाते हैं । इस प्रकार असंगठित क्षेत्र के समक्ष विपणन के संदर्भ में विज्ञापन समस्या मौजूद है ।

विज्ञापन सम्बन्धी समस्या के समाधान हेतु विचारणीय तथ्य इस प्रकार हैं। विज्ञापन कम समय के लिए ही किया जाय किन्तु उत्पाद के संदर्भ जो तथ्य

उद्धृत किये जाय वे सुस्पष्ट उत्पाद की वास्तविकता से मेल खाते हो । जो गुण एवं दोष उत्पाद में झलकते हो उसका पूर्ण रूप से वर्णन किया जाना चाहिए जिससे उपभोक्ताओं एवं ग्राहकों का विश्वास जीता जा सके । इससे विज्ञापन खर्च भी कम आता है और लोगों को सही जानकारी प्राप्त हो जाती है । विज्ञापन की सस्ती एवं अधिक समय तक ग्राहकों को प्रेरित करने वाली विधि को अपनाना चाहिए । मेलो एवं बाजारों में स्थानीय कलाकारों के माध्यम से साबुन एवं डिटर्जेंट का प्रचार एवं विक्रय संयुक्त रूप से किया जाना चाहिए । विक्रय के समय एक साबुन की टिकिया खरीदने पर कुछ उपहार स्वरूप प्रलोभन दिया जाना चाहिए अर्थात् विक्रय सबर्द्धन की विधियों का प्रयोग विज्ञापन एवं विपणन की समस्या के निदान में सहायक हो सकता है । सरकार द्वारा शासकीय मीडिया तन्त्र की सुविधाओं को रियायती दर असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को मुहैया कराया जाना चाहिए । असंगठित क्षेत्र द्वारा विज्ञापन के ऐसे साधनों का प्रयोग करना चाहिए जिनकी लागत कम हो तथा उपभोक्ताओं को उत्पाद के क्रय के लिए प्रेरित करे । उपभोक्ता स्वयं क्रय के लिए अभिप्रेरित होता है तो उपभोक्ता स्वयं ही विज्ञापन करता है उपभोक्ता द्वारा उत्पाद की अच्छाईयों को अन्य उपभोक्ताओं को बताना ही भावी उपभोक्ता सृजन में वृद्धि करता है इससे उत्पाद की माँग बढ़ती है एवं कुल बिक्री बढ़ने लगती है । बिक्री बढ़ने से बिक्री व्यय में कमी आती है । इस प्रकार विपणन प्रक्रिया को सम्पन्न किया जा सकता है ।

#### 11. प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण की समस्या :

प्रमापीकरण से हमारा आशय उन आधारभूत सीमाओं के निर्धारण से है । जिनसे उत्पाद को अलग-अलग वर्गों में परिभाषित किया जा सके । प्रमापीकरण

की प्रक्रिया उत्पादन से लेकर विपणन तक अपना विशिष्ट महत्व रखती है । श्रेणीकरण प्रमापीकरण का ही एक भाग है । श्रेणीकरण का आशय उत्पाद को उनमें पायी जाने वाली सामान्य विशेषताओं के आधार समूह में बांटना होता है ।

विपणन का मुख्य उद्देश्य उत्पाद को उत्पादकों से उपभोक्ता तक इस प्रकार हस्तान्तरित करने से है कि वे उपभोक्ता तक सफलता से पहुँच जाये और उनकी आवश्यकताओं को अधिक से अधिक सन्तुष्ट कर सके । उत्पादक विपणन में मितव्ययिता एवं सरलता लाने के लिए यह आवश्यक है कि उत्पाद को ऐसे अलग-अलग समूहों में विभाजित करे जिनमें प्रत्येक समूह के उत्पाद का समान लक्षण हो ऐसा होने से उपभोक्ता एवं उत्पादक दोनों को ही क्रय-विक्रय सरल हो जाता है ।

सर्वेक्षण के आधार पर सङ्ग्रहित सूचनाओं से ज्ञात होता है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं को अपने द्वारा उत्पादित साबुन एवं डिटरजेंट पाउडर का प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण करने में कठिनाई का सामना करना पड़ता है । इलाहाबाद जनपद के अधिकांश साबुन उत्पादकों को उत्पाद के प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण के सम्बन्ध में कोई जानकारी नहीं है, जिन उत्पादकों को जानकारी है भी वे शासकीय कार्यवाही की जटिलता के कारण प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण नहीं करा पाते हैं । प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण की जानकारी न होने तथा शासकीय जटिलता का कारण, अभी भी देश में जन चेतना की कमी, शिक्षित जनसंख्या की कमी, प्रमापों एवं श्रेणियों का दुरुपयोग, शासकीय तन्त्र की कार्य के प्रति लापरवाही आदि कारण उत्तरदायी हैं, प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण न हो पाने से

उत्पाद को वित्त की असुविधा, उत्पादन से विक्रय में कठिनाई होती है । उत्पाद के प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण के पश्चात उपभोक्ता द्वारा प्रमापित एवं श्रेणीबन्ध उत्पाद की माँग स्वयं की जाती है और उपभोक्ताओं को क्रय के लिए प्रेरित करने की आवश्यकता नहीं पड़ती है जिससे विक्रय में सुविधा होती है । ऋण प्रदान करने वाले के द्वारा प्रमापित एवं उत्पाद के श्रेणीबन्ध उत्पाद के मूल्य का पता आसानी से लगाया जा सकता है जिससे प्रमापित एवं श्रेणीबन्ध वस्तुओं की जमानत पर ऋण प्राप्त करने में सुविधा रहती है ।

प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण की समस्या के समाधान हेतु भारत में एक भारतीय मानक संस्था की स्थापना की गयी है जिसका मुख्य कार्यालय नयी दिल्ली में है जिसका मुख्य कार्य राष्ट्रीय तथा अन्तराष्ट्रीय स्तर पर उत्पादों का प्रमाप एवं श्रेणीबन्ध करना है । साथ ही उच्च स्तरीय वस्तुओं के उत्पादन के बारे में सुझाव देना, उत्पादन के मानकों को सरल बनाना, उद्योगों से परस्पर अच्छे गुण स्तर की वस्तुएँ बनाने के लिए प्रतिस्पर्धा जागृत करना, उत्पादों में सुधार के लिए सुझाव देना, नये उत्पादों की जाँच करके उन्हें प्रमाप चिन्ह प्रदान करना तथा उत्पाद के सम्बन्ध में प्रमापों का प्रचार करना है ।

असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पाद को प्रमापीकरण एवं श्रेणी बन्धन से सम्बन्धित शासकीय कार्यवाहियों में सरलता प्रदान करना चाहिए तथा इसकी जानकारी जन-जन तक पहुँचाने के लिए प्रचार-प्रसार की आधुनिक तकनीकों का प्रयोग किया जाना चाहिए । उत्पादों को अपने द्वारा निर्मित साबुन एवं डिटर्जेंट्स तथा अन्य उत्पादों का प्रमापीकरण एवं श्रेणी करण अवश्य कराना चाहिए ।

क्योंकि प्रमापीकरण के पश्चात उत्पाद का ट्रेडमार्क, ब्राण्ड, किस्म का पंजीयन उत्पादक के लिए हो जाता है । जिससे बाजार में उपभोक्ताओं को ब्राण्ड, किस्म, तथा ट्रेडमार्क पहचानने में आसानी होती है और उपभोक्ता उसी ब्राण्ड की वस्तु की माँग विक्रेता से करते हैं । उत्पाद में मिलावट और नकली होने का भ्रम भी समाप्त हो जाता है क्योंकि आज साबुन में बाजार में विभिन्न किस्म एवं ब्राण्ड के साबुन उत्पाद भिन्न-भिन्न मूल्यों पर नकली एवं असली दोनों बिक रहे हैं जिससे उपभोक्ता के लिए पहचानना एक समस्या पैदा हो गयी है इस दशा में उत्पाद का प्रमापीकरण एवं श्रेणीकरण कराना अनिवार्य कर दिया जाना चाहिए ।

# नवम् अध्याय

## अध्याय - 9

### निष्कर्ष एवं सुझाव

औद्योगीकरण किसी देश के विकास को गति प्रदान करने, आवश्यक वस्तुओं की आपूर्ति सुनिश्चित करने के साथ-साथ रोजगार उत्पन्न करने का महत्वपूर्ण स्रोत है । औद्योगिकरण को बढ़ावा देने के सम्बन्ध में कोई भी खोज देश की प्रगति के मार्ग को प्रशस्त करना है । अतः ऐसे औद्योगिक क्षेत्र की समस्याओं की खोज देश में औद्योगिकरण के जन्मदाता है, का अध्ययन हेतु चयन करके एक सामाजिक दायित्व की पूर्ति की है ।

उद्योग को किसी भी देश के विकास की आधारशिला माना जाता है । उद्योग के द्वारा ही विश्व के अनेक राष्ट्र विकसित देश की श्रेणी में आ गये हैं। चाहे वो अमेरिका हो, रूस हो, अथवा छोटे-छोटे राष्ट्र जापान, जर्मनी, स्विटजरलैण्ड हो, ये राष्ट्र उद्योगों की वजह से आज विश्व के देशों में अपना स्थान बनाये हुए हैं ।

भारत आदि काल से ही औद्योगिक राष्ट्र के रूप में प्रसिद्ध था । विश्व के अनेक देश यहां से वस्तुओं का आयात करते थे । प्राचीन काल में वस्तुओं का उत्पादन असंगठित क्षेत्र में कार्यरत उद्योगों द्वारा परम्परागत तरीके से किया जाता था । औद्योगिक क्रान्ति के पश्चात भारत में निर्मित वस्तुओं की लागत बढ़ती गयी, और विश्व में अनेक देशों द्वारा नई तकनीक को अपनाने से वहां की वस्तु सस्ते मूल्य पर मिलने लगी । जिसका परिणाम हुआ कि भारत को अपने उद्योगों को बन्द करना पडा । औपनिवेशिक शासन काल में भारतीय अर्थव्यवस्था



का ह्रास निरन्तर हो गया, तथा स्वतन्त्रता के समय देश में गरीबी, बेरोजगारी, विषमता आदि समस्याएँ जटिल हो गयी, जिसको दूर करने के लिए सरकार द्वारा विभिन्न औद्योगिक नीतियाँ घोषित की गयी ।

24 जुलाई 1991 में वर्तमान औद्योगिक नीति पारित की गयी जिसमें उदारीकरण का मार्ग प्रशस्त किया गया । औद्योगिक विकास को तीव्र करने के लिए उद्योगों के अनेक नियमों एवं नियन्त्रणों से छूट प्रदान की । एम0आर0टी0पी0एक्ट को संशोधित किया गया विदेशी पूंजी निवेश की सीमा को 40 प्रतिशत से बढ़ाकर 51 प्रतिशत किया गया । इस नीति में छः उद्योगों (वर्तमान में पांच प्रतिशत) को छोड़कर सभी उद्योगों को निजी क्षेत्र के लिए खोल दिया गया । नई औद्योगिक नीति के तहत 15 उद्योगों को छोड़कर शेष सभी उद्योगों को लाइसेन्स मुक्त कर दिया गया है । इस प्रकार नई औद्योगिक नीति के पारित होने के बाद औद्योगिक विकास की दर तीव्र हो गयी है ।

औद्योगिक विकास की दर जहाँ प्रथम पंचवर्षीय योजना में 8 प्रतिशत वार्षिक थी, वहीं नौवीं पंचवर्षीय योजना के प्रथम दो वर्षों में मात्र 6 प्रतिशत रही और 2000-2001 में मात्र 5.3 प्रतिशत ही रही । यदि औद्योगिक विकास की दर 10.5 प्रतिशत वार्षिक रखा जाय तो, अपने 8.2 प्रतिशत के लक्ष्य को प्राप्त कर पायेगी।

औद्योगिक उत्पादन वर्ष 1981-82 में 9.3 प्रतिशत था जो कि 2000-2001 में घटकर 5 प्रतिशत रह गया । इस प्रकार वर्ष 1995-96 को छोड़ दिया जाय तो उत्पादन की वार्षिक वृद्धि दर लगातार घट रही है ।

सफाई के लिए प्रयुक्त किये जाने वाले पदार्थों को अपमार्जक कहते हैं जो खाद्य-आखाद्य तेलों का क्षार, सोडा ऐश, कास्टिक सोडा आदि के मिश्रण से बनाया जाता है । और निर्मित पदार्थ साबुन कहा जाता है । साबुन उद्योग का देश में वास्तविक विकास स्वतन्त्रता के पश्चात ही हो पाया है । जो निम्न के द्वारा स्पष्ट होता है ।

- 1 देश में वर्ष 1954 में प्रति व्यक्ति साबुन की खपत मात्र 12.5 औंस थी जबकि पश्चिमी देशों में प्रति व्यक्ति खपत 400 औंस थी ।
- 2 वर्ष 1992 में भारत में प्रति व्यक्ति साबुन की खपत बढ़ कर 2.4 कि०ग्रा० हो गयी और विश्व में प्रति व्यक्ति खपत बढ़ कर 9 किलोग्राम हो गयी ।
3. सर्वेक्षण द्वारा एकत्रित सूचनाओं से ज्ञात हुआ कि वर्ष 1952-53 में 20 लाख मन खाद्य तेल का उपयोग साबुन बनाने में प्रयोग किया गया था, इसके बाद खाद्य तेलों का औद्योगिक उपयोग बढ़ता गया ।
4. वर्ष 1955 में देश में साबुन उद्योग के 56 बड़े कारखाने संगठित क्षेत्र में थे । जिनकी उत्पादन क्षमता 190000 टन थी ।
- 5 वर्ष 1984-85 में संगठित क्षेत्र एवं असंगठित क्षेत्र द्वारा संयुक्त रूप से देश में कुल साबुन का उत्पादन 10 लाख टन हुआ जिसमें से 620 हजार टन साबुन का उत्पादन असंगठित क्षेत्र द्वारा किया गया था ।
- 6 वर्ष 1998-99 में कुल 12.5 लाख टन साबुन का उत्पादन किया गया जिसमें 5 लाख टन स्नान का तथा शेष कपड़ा धोने के साबुन का उत्पादन

किया गया । वर्ष 2000-2001 में साबुन का उत्पादन बढ़कर 12.8 लाख टन हो गया।

- 7 देश में वर्ष 1984-85 में 190000 टन डिटर्जेंट का उत्पादन किया गया था । जो वर्ष 1998-99 में बढ़कर 24 लाख टन हो गया और वर्ष 2000-2001 में 26 लाख टन का उत्पादन किया गया ।
- 8 भारत में वर्ष 1982 में साबुन का प्रति व्यक्ति उत्पादन 7.5 किलोग्राम था जबकि विश्व के अन्य देशों जैसे - अमेरिका में 25 किलोग्राम, ब्रिटेन में 19.6 किलोग्राम, तथा पश्चिम जर्मनी में 20.7 किलोग्राम वार्षिक था। इस प्रकार भारत में सभी प्रमुख देशों की तुलना में साबुन का प्रति व्यक्ति उत्पादन कम था ।
9. साबुन एक उपभोक्ता परक वस्तु है । जिसकी खपत में जनसंख्या में वृद्धि के साथ-साथ वृद्धि होती जा रही है । भारत में वर्ष 1960 में प्रति व्यक्ति साबुन का उपयोग 0.99 किलोग्राम वार्षिक था, जो 1980 में बढ़कर 1.6 किलोग्राम हो गया ।
- जबकि पश्चिमी यूरोप में 18.9 किलोग्राम, पूर्वी यूरोप में 8.6 किलोग्राम, उत्तरी अमेरिका में 30.1 किलोग्राम, दक्षिणी अमेरिका में 7.8 किलोग्राम, अफ्रीका में 3.2 किलोग्राम, और एशिया महाद्वीप में 2.1 किलोग्राम प्रति व्यक्ति उपयोग किया गया । जबकि इसी समय सम्पूर्ण विश्व में औसतन 6.3 किलोग्राम वार्षिक उपयोग हुआ ।

- 10 देश में साबुन एव डिटरजेंट की मांग लगभग 40:60 की है । वर्ष 1992 में कुल मांगे 2 38 मिलियन टन थी जो 2000 में बढ़कर 4 18 मिलियन टन वार्षिक हो गयी है ।
- 11 औद्योगिक दृष्टिकोण से इलाहाबाद जनपद अन्य क्षेत्रों की अपेक्षा विकसित है। भौगोलिक परिस्थितियों के विषम होने के कारण कृषि का विकास उत्तरोत्तर व्ययशील होता जा रहा है । स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात जनपद में औद्योगिक विकास पर बल दिया गया है ।
- 12 इलाहाबाद जनपद में वर्ष 1999 तक असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत विभिन्न प्रकार के उद्योगों में पंजीकृत इकाइयाँ 9360 थी जो बढ़कर 31 मार्च 2002 तक इनकी संख्या 9838 हो गयी है ।
13. इलाहाबाद जनपद में अपमार्जक के रूप में साबुन का विकास 1957 में नैनी में औद्योगिक आस्थान की स्थापना के पश्चात् अन्य उद्योगों के साथ हुआ।
14. इलाहाबाद जनपद में सर्वप्रथम 1965 में साबुन उद्योग की दो इकाइया असंगठित क्षेत्र में स्थापित हुई थी, जिसमें विनियोजित पूँजी 820000 रुपया थी तथा कुल उत्पादन 219000 रुपया मूल्य का था और 20 व्यक्तियों को रोजगार प्राप्त था ।
- 15 31 मार्च 2002 तक इलाहाबाद जनपद में रसायन पर आधारित 397 औद्योगिक इकाइया स्थापित हुई जिसमें साबुन एव डिटरजेंट उद्योग की 107 इकाइया हे जो विभिन्न प्रकार के साबुन उत्पाद निर्मित कर रही है ।

16. इलाहाबाद जनपद में स्थापित असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों का कार्य संचालन पूर्ण रूप से नहीं हो रहा है । साधारणतः यह पाया गया, कि प्रत्येक औद्योगिक इकाई किसी न किसी समस्या से ग्रस्त है, यदि कोई उत्पाद की गुणवत्ता की समस्या से ग्रस्त तो कोई कच्चे माल की समस्या से ग्रस्त है, पूँजी की समस्या से लगभग सभी इकाइयाँ ग्रस्त हैं।
17. वास्तविक रूप से पंजीकृत 107 इकाइयाँ साबुन उद्योग की असंगठित क्षेत्र में हैं परन्तु इसमें से अधिकांश इकाइयों की स्थिति दयनीय है, बहुत सी बन्द हो गयी हैं, जबकि औद्योगिक इकाइयों का पंजीकरण जिला उद्योग केन्द्र इलाहाबाद में चल रहा है । जैसे - दुर्गा डिटर्जेंट वर्क्स, हिन्दुस्तान वॉशिंग प्रोडक्ट्स, प्रकाश केमिकल्स इण्डस्ट्रीज, गुप्ता डिटर्जेंट सोप इण्डस्ट्रीज आदि इकाइयाँ बन्द हो गयी हैं ।
18. निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि जनपद इलाहाबाद में साबुन उद्योग के विकास की अधिकाधिक संभावना व्याप्त है, परन्तु औद्योगिक इकाइयों के कार्य संचालन में सुधार की आवश्यकता है ।
19. इलाहाबाद जनपद की साबुन उद्योग की इकाइयों द्वारा विपणन की प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों विधियों का प्रयोग किया जाता है प्रत्यक्ष विधि के अन्तर्गत उत्पादक दो विधियों का प्रयोग अधिकांशतः करता है । प्रत्यक्ष विधि के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं दुकान खोलकर, व्यक्तिगत विक्रय के द्वारा, प्रदर्शन के द्वारा विपणन प्रक्रिया सम्पन्न करता है । अप्रत्यक्ष विपणन के

अन्तर्गत उत्पादक स्वयं विक्रय अभिकर्ताओं के माध्यम से विपणन प्रक्रिया कार्यान्वित करते हैं ।

- 20 इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों के समक्ष विपणन प्रक्रिया में विभिन्न प्रकार के भिन्न-भिन्न रूपों में बाधाएं उत्पन्न होती हैं । उद्यमी स्वयं की अकुशलता के कारण बाजार में उत्पाद का समुचित विपणन नहीं हो पा रहा है, क्योंकि सर्वप्रथम उपभोक्ता ही उत्पाद को पसन्द नहीं करते हैं और न ही खरीदते हैं ।
- 21 इलाहाबाद जनपद के स्थानीय शहरी क्षेत्रों की दुकानों एवं विक्रेताओं के द्वारा असंगठित क्षेत्र में निर्मित साबुन उत्पाद का विक्रय नहीं किया जाता है। बल्कि दूसरे शहरों में सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में इनके साबुन उत्पाद का विक्रय दुकानों एवं विक्रेताओं द्वारा किया जाता है अर्थात् स्थानीय विक्रेता एवं उपभोक्ता उत्पाद के प्रति विपरीत दृष्टिकोण रखते हैं ।
- 22 इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों द्वारा विज्ञापन के लिए प्रभावी एवं आकर्षक माध्यम का प्रयोग नहीं किया जाता है जिससे उत्पाद के सम्बन्ध में उपभोक्ताओं को यथोचित जानकारी नहीं मिल पाती है । जबकि संगठित क्षेत्र की विशिष्ट कम्पनियां अपने साबुन उत्पाद की जानकारी उपभोक्ताओं तक पहुंचाने के लिए विज्ञापन के आधुनिक साधनों से आकर्षक एवं लुभावने प्रचार-प्रसार से उपभोक्ताओं के दिलो-दिमाग में उत्पाद की छाप भरे देते हैं जिससे उपभोक्ता स्वयं ही विक्रेता दुकानों पर उसी उत्पाद की माग करता है ।

23. इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों द्वारा उत्पादन पूर्णतः परम्परागत विधि से किया जाता है, जिससे उत्पाद की लागत अधिक पडने के साथ-साथ उत्पादित उत्पाद की गुणवत्ता भी घटिया किस्म की पायी जाती है और वे उत्पाद का लाभप्रद मूल्य निर्धारित नहीं कर पाते हैं।
24. असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माता कम पूजी से उद्योग लगाने के कारण उच्चकोटि का कच्चा माल एवं रसायनिक पदार्थों का उपयोग नहीं कर पाते हैं । और उत्पाद को आकर्षक सुगन्ध, पैकिंग, लुभावने आकार एवं डिजाइन में निर्मित नहीं कर पाते हैं । वर्तमान समय साबुन के प्लास्टिक कोटेड रैपरों का प्रचलन अधिक तेजी से बढ़ गया है जबकि इस क्षेत्र के निर्माता इन रैपरों का भी प्रयोग नहीं कर पाते हैं जिससे उत्पाद के विक्रय में कठिनाई का सामना करना पड़ता है।
25. औद्योगिक उत्पादन का सामान्य सूचकांक आधार वर्ष 1980-81 के अनुसार 109.3 था जो 1990-91 में बढ़कर 212.6 हो गया, इसी प्रकार आधार वर्ष 1993-94 के औद्योगिक उत्पादन का सामान्य सूचकांक वर्ष 1994-95 में 109.1 से बढ़कर 2000-2001 में 162.7 हो गया जो 149.13 प्रतिशत की वृद्धि दर्शाती है।

सरकार द्वारा औद्योगिक उदारीकरण की नीति अपनाने का मुख्य उद्देश्य ही यही था कि देश में औद्योगिक विकास दर में तीव्रता लायी जा सके। परिणामस्वरूप औद्योगिक विकास को बल मिला। इसके पश्चात सरकार ने

औद्योगिक सुधारों को जारी रखा जिसके तहत वर्ष 1997-98 से कोयला, लिग्नाइट, पेट्रोलियम, औषधि एवं चीनी को लाइसेन्स मुक्त कर दिया गया है।

यह निर्विवाद रूप से सत्य है कि प्रथम पंच वर्षीय योजना के पश्चात सभी क्षेत्रों में औद्योगिकरण द्वारा प्रगति हुई, औद्योगिक विकास में अर्थव्यवस्था में विविधीकरण, आधुनिकीकरण तथा आत्मनिर्भरता की प्राप्ति में काफी सहायता मिली है। अपनी उच्च तकनीक तथा गुणवत्ता से देश विश्व स्तर पर अपनी पहचान दर्ज करा ली है।

देश के आर्थिक विकास में असंगठित क्षेत्र के उद्योगों की भूमिका महत्वपूर्ण रही है। असंगठित क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्था में एक गतिशील और जीवन्त क्षेत्र के रूप में उभरा है। देश के कुल औद्योगिक उत्पादन में 40 प्रतिशत तथा सकल निर्यात में 35 प्रतिशत का योगदान है असंगठित क्षेत्र की 30 लाख लघु इकाइयों में लगभग 167 लाख व्यक्तियों को रोजगार सृजन का अवसर उपलब्ध हुआ है। इस क्षेत्र में 7500 से अधिक उत्पादों वाली व्यापक श्रेणी की वस्तुओं का निर्माण होता है और कम आय वर्ग के व्यक्तियों को सस्ती उपभोक्ता वस्तुएँ और सेवाएँ प्रदान कर रहे हैं।

असंगठित क्षेत्र का देश के शुद्ध राष्ट्रीय उत्पादन में अंश वर्ष 1960-61 में 74.40 प्रतिशत था जो वर्ष 1998-99 में घटकर 61 प्रतिशत हो गया। इस प्रकार असंगठित क्षेत्र का अंशदान निरन्तर घट रहा है। जबकि इस क्षेत्र में नियोजित व्यक्तियों की संख्या में निरन्तर वृद्धि हो रही है। वर्ष 1973 में 217.5 मिलियन व्यक्तियों को रोजगार असंगठित क्षेत्र में उपलब्ध था जो कुल नियोजित व्यक्तियों



की संख्या का 92 प्रतिशत था वर्ष 1999 तक नियोजित व्यक्तियों की संख्या में वृद्धि हुई और बढ़कर 377.8 मिलियन हो गयी जो कुल नियोजित व्यक्तियों की संख्या का 93 प्रतिशत है। असंगठित क्षेत्र का निचला घरेलू उत्पाद में असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति मात्र 20 प्रतिशत है तथा शेष 80 प्रतिशत परिचालन अतिरेक एवं मिश्रित आयों के रूप में है। जबकि संगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति 59 प्रतिशत है तथा परिचालन अतिरेक और मिश्रित आयों के रूप में मात्र 41 प्रतिशत है। इस प्रकार असंगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति संगठित क्षेत्र के श्रमिकों की प्राप्ति की तुलना में कम है।

समाज की उन प्रारम्भिक परिस्थितियों में जबकि मानव की आवश्यकताएँ बहुत कम थी उत्पादन की रीति भी सीधी तथा सरल थी, विनिमय का क्षेत्र भी सीमित था अतः विपणन की पद्धति भी साधारण और सरल थी उस समय उत्पादक और उपभोक्ता में प्रत्यक्ष सम्बन्ध रहता था और विपणन कार्य सीधे ही उत्पादक से उपभोक्ता को हो जाता था। लेकिन आधुनिक काल में बड़े पैमाने के उत्पादन, श्रम-विभाजन, विशिष्टीकरण और वैज्ञानिक तरीकों पर आधारित जटिलतम उत्पादन पद्धति के प्रयोग तथा शक्ति चालित तीव्रगामी परिवहन संसाधनों के विकास के फलस्वरूप विपणन की प्रक्रिया जटिल हो गयी है। आज विपणन से हमारा तात्पर्य उत्पादक से उपभोक्ता के हाथों तक वस्तुओं के सरल एवं प्रत्यक्ष हस्तान्तरण से नहीं बल्कि यह अनेक उपकार्यों में विभाजित हो चुका है। जो पृथक-पृथक प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से सम्पन्न किये जाते हैं प्रत्यक्ष विपणन के अन्तर्गत उत्पादक स्वयं उपभोक्ता एवं ग्राहकों को उत्पादित वस्तु का विपणन करता

है। जबकि अप्रत्यक्ष विपणन में उत्पादित वस्तु को उपभोक्ता तथा ग्राहकों तक पहुँचाने के लिए विभिन्न प्रकार के मध्यस्थों का सहारा लेता है असंगठित क्षेत्र के साबुन निर्माताओं द्वारा साबुन उत्पाद का मुख्यतः प्रत्यक्ष विपणन किया जाता है और आवश्यकतानुसार परिस्थिति अनुकूल अप्रत्यक्ष विपणन का भी सहयोग प्राप्त करते हैं।

### परिकल्पना की पुष्टि :

इस प्रकार विभिन्न अध्यायों की समग्र अवलोकन से यह परिलक्षित होता है कि असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों को विपणन सम्बन्धी विभिन्न प्रकार की समस्याओं का सामना करते हुए निरन्तर प्रगति के मार्ग पर अग्रसर है। शोध के विविध परिकल्पनाओं का स्पष्टीकरण इस प्रकार से संदर्भित किया जा सकता है-

1. तालिका 4.4 से स्पष्ट है कि सम्पूर्ण देश में साबुन एवं डिटर्जेंट की माँग में निरन्तर वृद्धि हुई है। जहाँ वर्ष 1992 में 238 मिलियन टन साबुन एवं डिटर्जेंट की माँग थी वही वर्ष 2000 में बढ़कर 418 मिलियन टन हो गयी। इससे स्पष्ट है कि कुल माँग में निरन्तर वृद्धि रही है तथा बदलते हुए सामाजिक परिवेश में साबुन एवं डिटर्जेंट की माँग में निरन्तर वृद्धि होना है और असंगठित क्षेत्र के उत्पादों की माँग भी निम्न स्तर के उपभोक्ता वर्ग में निरन्तर बनी हुई है और आगामी भविष्य में बनी रहने की संभावना है इस प्रकार प्रथम परिकल्पना असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों के उत्पादों की माँग में निरन्तर कमी हो रही असत्य साबित होती है।

- 2 4 2 से स्पष्ट है कि देश में कुल साबुन एवं डिटरजेंट का उत्पादन वर्ष 1993 से निरन्तर बढ़ रहा है। वर्ष 1987 में साबुन का कुल उत्पादन 4 7 लाख टन और डिटरजेंट का उत्पादन मात्र 1.72 लाख टन था जो वर्ष 1993 में साबुन का उत्पादन बढ़कर 3.40 लाख टन तथा डिटरजेंट का उत्पादन 3.07 लाख टन हो गया, इसके बाद के वर्षों में साबुन एवं डिटरजेंट के उत्पादन में निरन्तर वृद्धि होती रही जो वर्ष वर्ष 1999 तक बढ़कर 12.8 लाख टन साबुन तथा डिटरजेंट का उत्पादन 26 00 लाख टन हो गया, यह उत्पादन संगठित एवं असंगठित क्षेत्र में सम्मिलित रूप से हुआ है। इस प्रकार द्वितीय परिकल्पना असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों के कुल उत्पादन की मात्रा में निरन्तर कमी हो रही है भी असत्य साबित होती है। क्योंकि देश में समग्र साबुन एवं डिटरजेंट के उत्पादन में वृद्धि हो रही है।
3. तालिका 6.3 से स्पष्ट है कि जनपद इलाहाबाद में असंगठित क्षेत्र की इकाइयों की संख्या में निरन्तर उतार-चढ़ाव बना रहा वर्ष 1984-85 में पंजीकृत इकाइयों की संख्या 6 थी वर्ष 1987-88 के दौरान कुल 12 इकाइयों पंजीकृत हुई तथा वर्ष 1999-2000 में मात्र 2 इकाइयों पंजीकृत हुई। वर्ष 2000-01 में कुल पंजीकृत इकाइयों की संख्या में पुनः वृद्धि हुई जो बढ़कर 10 हो गयी जबकि वर्ष 2001-02 में कुल पंजीकृत इकाइयों 7 हैं इस प्रकार तृतीय परिकल्पना सत्य है कि जनपद में असंगठित क्षेत्र की इकाइयों की संख्या में निरन्तर उच्चावचन बना रहा ।

- 4 इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की इकाइयों द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटर्जेंट जनपद के सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों एव शहरी मलिन बस्तियों की दुकानों पर पाये गये तथा शहरी क्षेत्रों में भी प्रचार गाड़ी, रिक्शा, ट्राली पर लादकर, चौराहों - नुक्कड़ों पर, बस अड्डों पर, रेलवे स्टेशनों पर विक्रय करते पाये गये, इस प्रकार चतुर्थ परिकल्पना भी असत्य साबित होती है कि जनपद की बाजारों में असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पाद उपलब्ध नहीं हो रहे हैं।
- 5 तालिका 4.3 तथा 4.4 से स्पष्ट होता है कि भारत में जहाँ 1960 प्रति व्यक्ति उपभोग मात्र 0.99 किलोग्राम था, वही वर्ष 1980 में बढ़ कर 1.6 किलोग्राम प्रति व्यक्ति उपभोग हो गया तथा साबुन डिटर्जेंट की माँग में भी इस प्रकार वृद्धि हुई है जहाँ वर्ष 1992 में देश में कुल साबुन की माँग 0.95 मिलियन टन तथा डिटर्जेंट की माँग 1.43 मिलियन टन थी जो वर्ष 2000 तक बढ़कर साबुन की माँग 1.25 मिलियन टन और डिटर्जेंट की 2.93 मिलियन टन हो गयी इस प्रकार जब साबुन एव डिटर्जेंट की उपभोग में वृद्धि हो रही है साथ में माँग में भी वृद्धि हो रही है। साबुन उत्पाद एक उपभोक्ता परक वस्तु होने के कारण आगामी भविष्य में माँग में और वृद्धि होने की सम्भावना है इस प्रकार पाँचवी परिकल्पना साबुन उद्योग में असंगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाइयों का भविष्य उज्ज्वल नहीं है। असत्य साबित होती है, क्योंकि वर्तमान औद्योगिकरण के सन्दर्भ में साबुन एव डिटर्जेंट का उत्पादन असंगठित एव

संगठित दोनों क्षेत्रों द्वारा किया जा रहा है साबुन उद्योग क्षेत्र में असंगठित क्षेत्र एवं संगठित क्षेत्र दोनों क्षेत्रों के सम्मिलित होने के कारण इसका क्षेत्र विस्तृत हो गया है तथा उत्पादन बड़े पैमाने पर हो रहा है । परन्तु अभी भी साबुन एवं डिटरजेंट की माग एवं खपत को देखते हुए उत्पादन अप्रर्याप्त है । भविष्य में माग की पूर्ति हेतु अधिकाधिक उत्पादन किया जायेगा और इकाइयों का भविष्य उज्ज्वल होगा ।

विभिन्न परिकल्पनाओं के परीक्षण से स्पष्ट है कि जहाँ पर साबुन उद्योग ने सतत प्रगति की है, वही असंगठित क्षेत्र इस उद्योग में प्रगति की अन्तिम पंक्ति रहा है। यह कहा जा सकता है कि इस उद्योग में असंगठित क्षेत्र की औद्योगिक इकाइयों का भविष्य उज्ज्वल है।

### **सुझाव :**

उद्यमिता मनुष्य की नैसर्गिक प्रवृत्ति है, उद्योग का प्रारम्भ मनुष्य के साथ ही हुआ जैसे-जैसे मनुष्य की बुद्धि का विकास हुआ उसी के अनुसार अपनी सभ्यता का विकास हुआ और उद्योग भी विकास के पथ पर चल पड़े। उद्योग का असली विकास 18वीं शताब्दी से माना जाता है जब ब्रिटेन में औद्योगिक क्रान्ति हुई।

यदि हम अल्प विकसित अर्थव्यवस्था की विशेषताओं की ओर अपना ध्यान केन्द्रित करे तो यह स्पष्ट हो जाता है कि औद्योगिकरण से अल्पविकसित देश के विकास में बहुत बड़ा योगदान मिल सकता है विश्व की विकसित अर्थव्यवस्थाओं में औद्योगिकरण की गति बहुत ही तीव्र पायी जाती है। सामान्यतया कृषि की

तुलना में उद्योगों में प्रति व्यक्ति आय एवं उत्पादन अधिक होता है। आन्तरिक एवं बाह्य बचतें आसानी से प्राप्त की जा सकती हैं। औद्योगिकरण से तकनीकी ज्ञान, बाजार क्षेत्र, आय आदि में वृद्धि की प्रवृत्ति पायी जाती है। जिसके फलस्वरूप अर्थव्यवस्था में विभिन्न क्षेत्रों में परिवर्तन होने लगता है और अर्थव्यवस्था विकसित हो जाती है।

आज प्रत्येक राष्ट्र अपने औद्योगिकरण की गति को तेज करना चाहता है, परन्तु अल्पविकसित राष्ट्रों के औद्योगिकीकरण के मार्ग में कुछ बाधाएँ अवश्य क्रियाशील हैं परन्तु वर्तमान वैज्ञानिक एवं तकनीकी प्रगति के युग में इन बाधाओं को हटाकर औद्योगिकरण को तीव्र करना होगा। अतः संगठित एवं असंगठित दोनों क्षेत्रों में औद्योगिकरण के संदर्भ में असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग के विकास के लिए कुछ महत्वपूर्ण संस्तुतियों को अमल में लाया जाय तो विकास अवश्य सभावी है। जो इस प्रकार है -

- 1 औद्योगिकरण को बढ़ावा देने के लिए उद्यमी क्षमता का विकास करना चाहिए।
2. औद्योगिकरण के लिए पूँजी अति आवश्यक है, अतः पूँजी निर्माण को प्रोत्साहित करने के लिए बचत को बढ़ावा दिया जाना चाहिए।
3. देश में खाद्य तेल एवं वसा की कमी को पूरा करने के लिए अखाद्य तेलों का उपयोग करना चाहिए जिससे साबुन उद्योग के लिए कच्चे माल की समस्या से निदान पाया जा सकता है।

- 4 प्रकृति प्रदत्त वस्तुओं को उपयोग में लाने के लिए आधुनिक तकनीक का इस्तेमाल करना चाहिए।
- 5 असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत कार्यरत कुटीर एवं ग्रामोद्योग को वित्तीय सहायता तथा उद्यमिता विकास हेतु प्रोत्साहित करना चाहिए जिससे राष्ट्रीय एवं अन्तराष्ट्रीय स्तर पर अपनी पहचान बना सके।
- 6 असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग की इकाइयों को साबुन एवं डिटरजेंट का उत्पादन ठण्डी एवं अर्द्ध गर्म विधि का प्रयोग अधिक किया जाना चाहिए क्योंकि इसमें कम उपकरणों की आवश्यकता पड़ती है तथा उत्पादन लागत भी न्यूनतम हो जाती है।
7. साबुन उद्योग के विकास हेतु खाद्य तेल, घी, चर्बी का प्रयोग करने के बजाय अखाद्य तेलों के संग्रहण हेतु विशेष प्रयास किया जाना चाहिए।
8. असंगठित क्षेत्र में साबुन उद्योग में सलग्न औद्योगिक इकाइयों का पंजीकरण अनिवार्य कर दिया जाना चाहिए पंजीकृत इकाइयों को सरकारी सहायकी प्रदान की जानी चाहिए।
- 9 साबुन उद्योग के विकास एवं पर्यावरण की सुरक्षा हेतु ईंधन के रूप में लकड़ी के स्थान पर एलपीजी गैस तथा विद्युत का प्रयोग किया जाना चाहिये जिससे पर्यावरण प्रदूषण से बचा जा सकता है।
10. साबुन उद्योग की इकाइयों को शासकीय एवं अशासकीय स्त्रोतों से सस्ती ब्याज दर पर ऋण सुलभ कराना चाहिए। इन इकाइयों को उत्पादन एवं विपणन हेतु आधुनिक तकनीकों का प्रयोग किया जाना चाहिए।

- 11 सरकार साबुन उद्योग को बढ़ावा देने के लिए उद्यमियों को समय-समय पर जिला उद्योग केन्द्रों, औद्योगिक सस्थानों, खादी ग्रामोद्योग बोर्ड के माध्यम से प्रशिक्षण प्रदान करना चाहिए। इकाईयों में नियोजित कर्मचारियों को कार्यस्थल पर प्रशिक्षण प्रदान करना चाहिए।
- 12 रूग्ण औद्योगिक इकाईयों को पुनर्निर्माण हेतु वित्तीय सहायता उपलब्ध कराना चाहिए अविकसित रूग्ण इकाईयों को एक दूसरे के साथ विलय कर देना चाहिए।
- 13 जनपद इलाहाबाद की असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयों को सड़क मार्ग से जोड़ना चाहिए जिससे औद्योगिक इकाईयों की उत्पादन क्षमता तथा उत्पादित साबुन एव डिटर्जेंट की विपणन प्रक्रिया को आसान किया जा सके।
- 14 सरकार द्वारा असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाईयों द्वारा उत्पादित साबुन एव डिटर्जेंट एक निश्चित भाग सरकारी कार्यालयों, अस्पतालों, रेलवे स्टेशनों, सार्वजनिक स्थानों पर प्रयोग हेतु क्रय किया जाना चाहिए जिससे उत्पाद के विपणन में सहायता मिल सके ।
- 15 खाद्य तेलों का उपयोग साबुन उद्योग में न्यूनतम करने के लिए देश में अखाद्य तेलों के उत्पादन हेतु ऐसे वृक्षों के लगाने को प्रोत्साहन तथा उनके फलों के संग्रहण हेतु प्रेरणा दी जानी चाहिए। जिनके फलों से प्राप्त अखाद्य तेलों का सम्पूर्ण उपयोग साबुन उद्योग में किया जाना चाहिए।



- 16 असंगठित क्षेत्र की साबुन उद्योग की इकाइयों की उत्पादन विधि पूर्णता परम्परागत श्रम आधारित है अतः आधुनिक नवीन तकनीक को अपनाने के लिए सरकार द्वारा प्रोत्साहन दिया जाना चाहिए।
- 17 साबुन के विपणन को बढ़ाने के लिए आकर्षक पैकिंग, रंग, सुगंध, डिजाइन तथा उच्च रसायनिक पदार्थों का प्रयोग किया जाना चाहिए।
18. विपणन प्रक्रिया को आसान करने एवं साबुन तथा डिटर्जेंट की बिक्री को बढ़ाने के लिए दुकानदारों, ग्राहकों और उपभोक्ताओं को समय बद्ध आपूर्ति सुनिश्चित करना चाहिए।
19. वर्तमान व्यावसायिक जगत में वस्तु एवं सेवा का मूल्य ही महत्वपूर्ण है। मूल्य ही की माँग को निर्धारित करने वाला एक महत्वपूर्ण कारक है मूल्य सस्था की प्रतियोगी स्थिति एवं बाजार अंश को प्रभावित करता है जिससे औद्योगिक इकाई का कुल आगम एवं शुद्ध लाभ प्रभावित होता है। अतः उत्पाद का मूल्य इस प्रकार निर्धारित किया जाना चाहिए । जो उच्च वर्गीय, मध्यम वर्गीय एवं निम्न वर्गीय परिवारों को अधिक मँहगा लगे और न ही सस्ता जिससे साबुन एवं डिटर्जेंट को खरीद सके।
20. वर्तमान व्यावसायिक चकाचौध में विक्रय संवर्द्धन बिक्री को बढ़ाने, नये बाजारों को स्थापित करने, मौसमी कमी को दूर करने नवीन वस्तु की जानकारी देने, मध्यस्थों को अधिक विक्रय करने में सहायक होता है। अतः असंगठित क्षेत्र की साबुन इकाइयों को आज के इस प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में

विक्रय संवर्द्धन को अपनाना चाहिए क्योंकि संगठित क्षेत्र की कम्पनियाँ विक्रय संवर्द्धन के किसी न किसी उपकरण का प्रयोग अवश्य कर रही हैं।

- 21 वर्तमान बदलते हुए सामाजिक रीति-रिवाज एवं फैशन में वास्तविकता यह है कि साबुन उत्पादों की बिक्री में विशेषतौर पर नहाने के साबुनों, शैम्पूओं, और डिटर्जेंट पाउडरों की बिक्री में, उनकी पैकिंग ही सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाहता है अधिकतम सीमा तक दिलकश और नयनाभिराम रैपरां में लिपटी हुई साबुन की टिकिया ही ग्राहकों को आकृष्ट कर पाती है। साबुन को ग्राहक रैपर खोलकर ही देख तथा सूंघ सकता है तथा प्रयोग करने के बाद ही उसे साबुन के गुण-दोष और सीमाओं का पता चल पाता है। परन्तु जिस चीज को देखकर ग्राहक किसी साबुन को खरीदने का मन बनाता है। वह उस साबुन की पैकिंग तथा सुगंध ही है। अतः आकर्षक एवं सौन्दर्य युक्त पैकिंग की जानी चाहिए।
- 22 आधुनिक प्रतिस्पर्धात्मक युग में विज्ञापन एक अनिवार्यता है। बिना विज्ञापन का सहारा लिए कोई भी व्यवसायी सफलता की अपनी मजिल पर नहीं पहुँच सकता, साबुन, डिटर्जेंट और शैम्पू ऐसे उत्पाद हैं जिनका विपणन पूर्णतया विज्ञापन पर ही निर्भर करता है। अतः असंगठित क्षेत्र के साबुन उत्पादकों को रेडियो, टीवी, विज्ञापन की महँगी पद्धति को छोड़, पोस्टर, बैनर तथा पम्पलेट जैसी सस्ती विज्ञापन पद्धति को अपनाना चाहिए।
- 23 साबुन उद्योग क्षेत्र में संगठित एवं असंगठित दोनों क्षेत्र उत्पादन में संलग्न है जिससे बाजार में उत्पाद के विपणन में अत्यधिक प्रतिस्पर्धा विद्यमान है ऐसी

स्थिति असंगठित क्षेत्र के निमाताओं को अपने उत्पाद के सम्बन्ध में बाजार सर्वेक्षण कराते रहना चाहिए, क्योंकि संगठित क्षेत्र के निर्माता अपने उत्पाद के सम्बन्ध में समय-समय पर बाजार सर्वेक्षण, उपभोक्ता सर्वेक्षण कराते रहते हैं और उत्पाद के विक्रय में हुई गिरावट का पता लगाते रहते हैं।

शोधार्थी द्वारा किये गये इस सर्वेक्षण के विश्लेषण में जो एक तथ्य स्पष्ट हुआ, वह यह था कि अधिकांश उपभोक्ता स्नान के लिये एक ऐसा साबुन चाहते हैं जो त्वचा को कोई हानि न पहुचाये, जीवाणुनाशक क्षमता से युक्त, ताजगी प्रदायक और मनभावन सुगन्ध से भरपूर भी हो और साथ ही इतना महगा न हो कि वे उसे खरीद न सकें ।

साबुन एवं डिटर्जेंट का प्रयोग हमारे दैनिक जीवन के लिये तो महत्वपूर्ण है ही साथ ही इसका उपयोग टेक्सटाइल एवं इंजीनियरिंग उद्योग में भी किया जाता है । निःसन्देह इसका अन्य क्षेत्रों की प्रगति में उल्लेखनीय योगदान है ।वर्तमान स्थिति को देखते हुए भविष्य में साबुन एवं डिटर्जेंट की खपत में बढ़ोत्तरी से इकार नहीं किया जा सकता, साबुन एवं डिटर्जेंट उद्योग को बढ़ावा देने के लिए सरकारी प्रयास में तेजी की आवश्यकता है ।



# सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

## सन्दर्भ ग्रन्थ

- अग्रवाल कृष्ण कुमार - माडर्न सोप एण्ड सोप पाउडर इण्डस्ट्रीज
- सिन्थेटिक डिटरजेंट्स, क्लीनिंग पाउडर्स एवं एसिड स्लरी
- उत्तर प्रदेश सरकार, राज्य नियोजन - वार्षिक उद्योग सर्वेक्षण वर्ष 1991-92
- संस्थान, अर्थ एवं सख्या प्रभाग - उत्तर प्रदेश की आर्थिक समीक्षा वर्ष 1998-99
- सामाजार्थिक समीक्षा पत्रिका, सांख्यिकीय जनपद इलाहाबाद ।
- उत्तर प्रदेश, राजकीय मुद्रक एवं - जिला गजेटियर, इलाहाबाद अंक-1986
- प्रकाशक
- उद्योग मंत्रालय लघु कृषि एवं ग्रामीण - लघु उद्योग क्षेत्र
- उद्योग विभाग
- उत्तर प्रदेश सरकार, उद्योग निदेशालय- उत्तर प्रदेश में औद्योगिक विकास
- कानपुर - प्रगति समीक्षा, वर्ष 1999-2000
- एलहंस देवकीनन्दन, एलहंस बीना, - सांख्यिकी
- वैश्य एम0पी0
- कोटलर फिलिप, रोवर्टो, एडुअर्डो - सोशल मार्केटिंग न्यूयार्क, 1989
- एल0
- कुण्टज हैराल्ड, आडोनेल सिरिल - प्रबन्ध के मूल तत्व
- खादी ग्रामोद्योग आयोग, मुम्बई - भारत में असंगठित क्षेत्र
- खादी ग्रामोद्योग बोर्ड उ0प्र0 सरकार- विज्ञापन पत्र
- खन्ना, जे0के0, बाउन्ट्रा आर0के0 - भौतिक तथा कार्बनिक रसायन
- खन्ना आर0के0, अंक-1990
- गांधी विचार एवं शान्ति अध्ययन - विदेशी सामानों के देशी विकल्प
- संस्थान
- गुप्ता भोलानाथ - ग्रामोद्योग
- घोष एन0एन0 - ऐन, अर्ली हिस्ट्री ऑफ कौशाम्बी, अंक 1935

चर्तुवेदी अवधेश	-	लघु उद्योग निर्देशिका
चिसनाल आर० एम०	-	मार्केटिंग अ विहेविअरल एनालिसिस लन्दन 1985
जैन जे०के०	-	व्यवसायिक प्रशासन एवं प्रबन्ध
डॉ० कौशिक एस०डी०, शर्मा, अरूणेश कुमार	-	ससाधन भूगोल
डॉ० त्रिपाठी, बी०बी०	-	भारतीय अर्थव्यवस्था, नियोजन एव विकास
डॉ० जैन, एस.सी०	-	विपणन प्रबन्ध
डॉ० शर्मा तुलसीराम, डॉ० जैन सुगन चन्द	-	बाजार व्यवस्था, 1994
डॉ० शर्मा दिनेश चन्द्र, डॉ० बैजल-विष्णु मोहन	-	विपणन प्रबन्ध, 1991
डॉ० सिंह अमर, डॉ० रजा मेहदी	-	संसाधन एवं सरक्षण भूगोल
डॉ० श्रीवास्तव पी०के०	-	विपणन अनुसंधान - 1982
डॉ० मेहरोत्रा एच०सी०, डॉ० गुप्ता बी०एस०	-	व्यवसायिक संगठन एव प्रबन्ध
डॉ० मिश्र, जयशकर	-	प्राचीन भारत का सामाजिक इतिहास प्रकाशक, बिहार हिन्दी अकादमी ग्रन्थ
त्रिपाठी आर०एस०,	-	हिस्ट्री ऑफ कन्नौज, अक 1959
दत्त रजनी पाम	-	आज का भारत - 1977
दत्त, रूद्र सुन्दर के०पी०एम०	-	भारतीय अर्थव्यवस्था
पाण्डेय, बी०एन०	-	इलाहाबाद रिट्रास्पेक्ट एण्ड प्रास्पेक्ट
महर्षि वाल्मीकी	-	रामायण
मिश्र जगदीश नारायण	-	भारतीय अर्थव्यवस्था - 2001
मिडलटन विक्टर टी० सी०	-	मार्केटिंग इन ट्रैवेल एण्ड टूरिज्म आक्सफोर्ड, 1993
मोर्स स्टीफेन	-	मैनेजमेन्ट स्किल इन मार्केटिंग बेर्कशि, 1982
राज्य नियुक्त मुद्रक एव प्रकाशक, उत्तर प्रदेश सरकार	-	विज्ञान भाग - 2 अंक-1989
राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और	-	विज्ञान भाग - 2

प्रशिक्षण परिषद	- प्राचीन भारत, अंक -1997
वित्त मंत्रालय, भारत सरकार	- आर्थिक समीक्षा, 1998-99, 1999-2000 2000-01, 2001-02
सिंह काशीनाथ, सिंह जगदीश	- आर्थिक भूगोल के तत्व
सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय,	- भारत अंक 1983
प्रकाशन विभाग, भारत सरकार	- भारत अंक, 2000
	- भारत अंक, 2001
	- भारत अंक, 2002
समाचार पत्र एवं पत्रिकायें	- हिन्दुस्तान दैनिक
	- अमर उजाला दैनिक
	- राष्ट्रीय सहारा
	- हिन्दुस्तान टाइम्स
	- नवभारत टाइम्स
	- इकनोमिक टाइम्स
	- योजना मासिक पत्रिका
	- प्रतियागिता दर्पण, मासिक पत्रिका
	- इंडिया टूडे, मनोरमा इयर बुक, अंक 2000
डी०फिल० उपाधि हेतु प्रस्तुत शोध ग्रन्थ	
1 कमलेश कुमारी	- उत्तर प्रदेश में भूमि उपयोग एवं उत्पादकता का अध्ययन
2. नीरज कुमार	- उत्तर प्रदेश के औद्योगिक विकास में औद्योगिक सर्वेक्षण की भूमिका
3. पाण्डेय श्याम कृष्ण	- क्षेत्रीय ग्रामीण बैंको द्वारा निक्षेप एकत्रीकरण

## **BIBLIOGRAPHY**

- Banthia Jayant Kumar - Census of India 2001  
Series - 1
- Converse, Huegy and Mitchell - The Elements of Marketing
- Crick W F - The Economics of Instalment Trading  
and Hire Purchase
- Cundiff & Still - Basic Marketing
- Dantwala - Marketing of Raw Cotton
- Davor, R S - Modern Marketing Management
- Duddy and Revzan - Marketing
- Delens A.H R - Principles of Market Research
- Govil K L. - Marketing in India
- Joshi R L - In India - Kitab Mahal Allahabad - 1984
- Kotler Philip - Marketing Management, Analysis  
Planning Implementation and control,  
Seventh Edition Delhi - 1994
- Marketing for Non profit orgnation  
New york, 1975
- Lazo & Corbin - Management in Marketing
- MC carthy - Basic Marketing
- Marshall - Trade Industry and Commerce
- Monon & Rath - Marketing and Distribution
- Mamoria C.B and - Principles and Practice of Marketing



Malviya A K	-	Management of Export Marketing in India
	-	Chugh Publications, Allahabad - 1990
Ministry of Industry	-	Scale Sector - Today
Government of India		
Natu W R	-	Regulation of Forward Markets
Parasuram K S	-	Soaps and Detergents - Published by
		Tata MC Graw Hill Co. Ltd
Phillips and Duncan	-	Marketing Principles and Methods
Pyle	-	Marketing Principles
Richard Buskrik	-	Principles of Marketing
Sharma V P	-	Indian Detergents Industry (A Study report
		soap and detergents Review 1991) Bombay
		Wadhera Pold
Tousley, Clark and Clark-		Principles Marketing
William J Stanton	-	Fundamental of Marketing
Journals	-	Commerce
	-	Economic & Political weekly
	-	The Indian Journal of Commerce
	-	The Indian Journal of Labour economics
Annual Reports of	-	Administration Report, Directorate of
Government of India		Marketing
	-	U P Warehousing Corporation
	-	Report of the Forward Markets Review
		Committee, 1966
	-	Report of the National Planning Committee
		on Rural Marketing & Finance, 1948

परिशिष्ट

## परिशिष्ट-1

### प्रश्नावली एवं अनुसूची

#### प्रश्नावली - (i)

- उपभोक्ता के सम्बन्ध में साबुन एव डिटरजेंट का विपणन अध्ययन
- 1 नाम
  - 2 पता
  - 3 शहर
  - 4 उपभोक्ता आय वर्ग -
    - (1) चालीस हजार रुपये से एक लाख रुपये तक वार्षिक आय
    - (II) 50000 रु० से दो लाख तक वार्षिक आय
    - (III) 200000 रु० से अधिक वार्षिक आय
  - 5 परिवार के सदस्यों की संख्या -बच्चे ☐ महिला ☐ पुरुष ☐
  - 6 परिवार के मुखिया का व्यवसाय
  - 7 क्या आप अपने परिवार के वस्त्र घर पर ही धोते हैं ?
    - (1) हाँ सभी वस्त्र घर पर ही धोते हैं
    - (II) हाँ कुछ वस्त्र घर पर धोते हैं .
    - (III) नहीं घर पर वस्त्र नहीं धोते हैं
  - 8 यदि आप सभी वस्त्र घर पर धोते हैं तो आप किस उत्पादक का साबुन प्रयोग करते हैं ?

	साबुन	डिटरजेंट
असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित	.	. .
संगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित		.
  - 9 यदि आप कुछ वस्त्र ही घर पर धोते हैं तो आप विभिन्न उत्पादकों के किस प्रकार के साबुन का प्रयोग करते हैं ?

	साबुन बिट्टी	डिटरजेंट	लिक्विड तरल
असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित	.	. ...	. . .
संगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित		. . .	. . . .
  - 10 जब आप अपने वस्त्र घर पर नहीं धोते हैं अर्थात् धोबी से धुलाते हैं तो किस प्रकार के साबुन एव डिटरजेंट प्रयोग की सलाह देते हैं ?
    - (1) असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित सस्ते साबुन एव डिटरजेंट
    - (ii) संगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित महंगे साबुन एव डिटरजेंट
  - 11 जब आप अपने वस्त्र घर पर मशीन द्वारा धोते हैं तो किस उत्पादक के साबुन का प्रयोग करते हैं ?
    - (1) असंगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित डिटरजेंट एव वाशिंग पावडर

- (ii) सगठित क्षेत्र द्वारा उत्पादित डिटर्जेंट, वाशिंग पावडर, एव तरल लिक्विड साबुन
- 12 आप वस्त्र को कैसे धोते हैं ?
- (i) हाथ से
  - (ii) शक्ति चालित मशीन से
  - (iii) अन्य प्रकार की मशीन से
- 13 आप स्नान में किस प्रकार के साबुन का प्रयोग करते हैं ?
- (i) अधिक मूल्य वाले
  - (ii) अच्छी गुणवत्ता एव सुगन्ध वाले
  - (iii) सस्ते मूल्य वाले
  - (iv) असगठित क्षेत्र में उत्पादित साबुन
  - (v) सगठित क्षेत्र की विशिष्ट कम्पनी का
- 14 आप स्नान का साबुन खरीदते समय सबसे अधिक किस बात का ध्यान रखते हैं ?
- (i) कीमत
  - (ii) सुगन्ध
  - (iii) झाग
  - (iv) सगठित क्षेत्र की विशिष्ट कम्पनी
  - (v) सफाई
  - (vi) अन्य
- 15 आप वस्त्र धोने का साबुन एव डिटर्जेंट खरीदते समय किस बात का ध्यान रखते हैं?
- (i) कीमत
  - (ii) सफाई
  - (iii) प्रयोग करने में आसानी
  - (iv) साबुन का भार, वजन
  - (v) विशिष्ट कम्पनी की साख
- 16 आप स्नान एव वस्त्र धोने का साबुन खरीदते समय निम्न में से सबसे अधिक किससे प्रभावित होते हैं ?
- (i) मूल्य
  - (ii) सुगन्ध, रंग एव बनावट
  - (iii) गुणवत्ता
  - (iv) विज्ञापन से प्रभावित होकर
  - (v) विक्रेता की सलाह
  - (vi) परिवार के सदस्यों एवं मित्रों की सलाह
  - (vii) पैकिंग

(viii) निर्माता के नाम का प्रदर्शन द्वारा

17 आप बाल धुलने के लिए किस प्रकार के साबुन का प्रयोग करते हैं ?

(i) साबुन की टिकिया

(ii) डिटर्जेंट पाउडर

(iii) तरल लिक्विड साबुन

(iv) शैम्पू

18 आप बाल धुलने के लिए साबुन को खरीदने के सम्बन्ध में किन-किन तथ्यों को विशेष महत्व देते हैं ?

(i) कीमत

(ii) सुगन्ध, रंग एवं बनावट

(iii) गुणवत्ता

(iv) बालों को मुलायम एवं सुगन्धित रखने वाला

(v) विक्रेता या मित्रों की सलाह पर

19 जब आप विक्रेता दुकान में प्रवेश करते हैं तो आपसे विक्रेता निम्न प्रश्न पूछता है ।?

क्रम संख्या	संदर्भ	अधिकता	कभी-कभी	कभी-नहीं
1	कौन सा सामान चाहिए			
2	कौन सा साबुन चाहिए			
3	कितने मूल्य तक का साबुन चाहिए			
4	किस कम्पनी का साबुन चाहिए			
5	किस प्रकार का साबुन चाहिए			
	(i) कपड़ा धोने का			
	(ii) स्नान का			
	(iii) बाल धोने			

20 किस प्रकार का कौन सा साबुन आप विज्ञापन से प्रभावित होकर खरीदते हैं ?

(i) नहाने का साबुन

(क) लाइफबॉय साबुन

(ख) लक्स साबुन

(ग) डिटॉल साबुन

(घ) पारदर्शी पियर्स साबुन

(ङ) औषधि युक्त नीम, मार्गो साबुन

(च) सफेद साबुन

(ii) कपड़ा धोने का साबुन

(क) डिटर्जेंट पाउडर

(ख) सर्फ एरियल

- (ग) निरमा डिटर्जेंट, घड़ी डिटर्जेंट
  - (घ) रिन साबुन
  - (ङ) सिन्थेटिक डिटर्जेंट पाउडर
  - (च) लाण्डी सोप
  - (111) बाल धोने का साबुन एव शैम्पू
    - (क) मेघदूत सत रीठा शैम्पू
    - (ख) क्लीनिक प्लस शैम्पू
    - (ग) लक्स शैम्पू
    - (घ) नाइल शैम्पू
  - (IV) दाढ़ी बनाने का साबुन
    - (क) सेविग क्रीम
    - (ख) पेस्ट साबुन
    - (ग) बट्टी साबुन
    - (घ) बाल साफा साबुन
  - (V) अन्य कोई साबुन, डिटर्जेंट एवं शैम्पू का उपयोग करते हो?
- 21 आप साबुन विपणन के सम्बन्ध में किन तत्वों को सम्मिलित करना उचित समझते हैं। अपना सुझाव प्रस्तुत करें ।
- (I) साबुन डिटर्जेंट, एव शैम्पू का मूल्य
  - (II) साबुन की टिकिया का भार
  - (III) डिटर्जेंट पाउडर की पैकेट का वजन
  - (IV) गुणवत्ता
  - (V) रंग तथा सुगन्ध
  - (VI) साबुन डिटर्जेंट एव शैम्पू की पैकिंग के सम्बन्ध में

प्रश्नावली - (2)

इलाहाबाद जनपद के असंगठित क्षेत्र के साबुन उद्योगों की विपणन सम्बन्धी समस्याएँ उत्पादक इकाईयों के सम्बन्ध में अध्ययन -

भाग (अ) सामान्य

सेम्पल न० -

- 1 इकाई का नाम एवं पता
- 2 (क) जिला उद्योग केन्द्र द्वारा पजीयन हों/नहीं  
(ख) यदि हों तो पजीयन का दिनांक
- 3 स्थापना का वर्ष
- 4 इकाई के प्रकार :-  
(क) केवल उत्पादन  
(1) पूर्ण उत्पाद का उत्पादन  
(2) आंशिक उत्पाद का उत्पादन  
(ख) उत्पादन कर्त्ता एवं मध्यस्थ  
(ग) उत्पादन कर्त्ता एवं विक्रेता  
(ध) मात्रा विक्रेता
- 5 सगठन का आकार :- (1) एकाकी व्यापार  
(2) साझेदारी . . . साझेदारों की संख्या ☐
- 6 इकाई का कार्यकाल -  
(क) (1) वर्ष भार (2) विशेष समय में  
(3) कभी-कभी (4) अन्य  
(ख) यदि विशेष महीनों में तो कुल कितने महीने कार्य होता है ।
- 7 विनियोजित पूँजी की मात्रा रुपये में -  
(1) स्थायी पूँजी -  
(क) भवन . . . ....  
(ख) मशीन एवं औजार . . . ....  
(ग) अन्य . . . ....  
(2) कुल चालू एवं कार्यशील पूँजी -  
कुल जोड़

क्रम संख्या	स्रोत	कुल रकम	रकम का भुगतान	
			रकम	व्याज
1	स्वयं की पूँजी			
2	महाजन से उधार			
3	बैंक से ऋण			
4	उत्तर प्रदेश राज्य वित्त निगम से ऋण			
5.	अन्य स्रोत			

9 क्या ?

- (I) मशीनों का प्रयोग किया जाता है                      हाँ/नहीं  
 (II) मशीनों का प्रयोग नहीं किया जाता है                      हाँ/नहीं

10 औजार के प्रकार -

क्रम	संख्या	औजार	लागत	रूपरेखा में
1		मशीन		
2		साबुन उत्पादन में प्रयुक्त औजार		
3		साबुन की टिकिया बनाने के लिए प्रयोग किये जाने वाले औजार		
4		पैकिंग हेतु प्रयोग की जाने वाली मशीन		

11 निर्माता इकाई द्वारा निर्मित साबुनों के प्रकार :-

क्रम संख्या	उत्पाद	एक दिन में निर्मित मात्रा /लागत	पिछले माह में उत्पाद की मात्रा /लागत	वर्ष 2000 में उत्पाद की मात्रा/ लागत	वर्ष 2001 में उत्पाद की मात्रा/लागत
1	साबुन -				
2	(क) नहाने का				
3	(ख) कपड़ा धोने का				
4	डिटर्जेंट पाउडर				
	वाशिंग पाउडर				
	बाल साफ करने का साबुन				



भाग (ब) उत्पाद नियोजन एवं नीति

12 कच्चा माल एवं अन्य वस्तुएँ जो काम में आती हैं :-

क्रम संख्या		पिछले माह मात्रा/ लागत	1999 मात्रा/ लागत	2000 मात्रा/ लागत	2001 मात्रा/ लागत	2002 मात्रा/ लागत
अ 1	वसीय पदार्थ					
2	क्षार					
3	शुद्ध साफ पानी					
4	संरक्षक पदार्थ					
5	विशिष्ट गुण पैदा करने वाले पदार्थ					
6	साबुन को सस्ता बनाने वाले पदार्थ					
7	साबुन के रंग					
8	सुगन्धियाँ और सुगन्ध मिश्रण					
	कुल					
(ब)	ईंधन के रूप -					
	(i) कोयला					
	(ii) लकड़ी					
	(iii) बिजली					
	(iv) तेल एवं गैस					
	कुल					
(स)	अन्य कोई वस्तु जो उत्पाद में काम आती					
(द)	पैकिंग में काम आने वाले रैपर					
(ई)	विज्ञापन के काम आने वाले सामान					

13 कच्चा माल जो साबुन उत्पाद में प्रयोग किया जाता है कहीं से खरीदते हैं ?

	नकद	उधार	कुल
(1) जिला उद्योग केन्द्र			
(2) खुले बाजार से			
(3) अन्य स्रोत			

14 उत्पाद का नियोजन किस प्रकार किया जाता है ?

15 क्या सामान्य उत्पाद एक निश्चित प्रमाण रखते हैं ?

- 16 क्या उत्पादों को उनकी किस्मों के आधार पर प्रमाणित करते हैं? -- हाँ/नहीं  
 (1) यदि हाँ तो कितने प्रमाणों में - एक/दो/तीन/अधिक  
 (11) इनकी कुल उत्पादन लागत में कितना अन्तर आता है?
- 17 क्या आप नये रोजगार की तलाश में हैं? -- हाँ/नहीं  
 (1) यदि हाँ तो क्यों ?  
 (11) यदि नहीं तो क्यों ?

भाग (स) मूल्य

18 विक्रय मूल्य (रूपये में) प्रति टिकिया/प्रति किलोग्राम

क्रम संख्या	उत्पाद	1999	2000	2001	2002
1	साबुन - (1) नहाने का (11) कपडा धोने का				
2	डिटर्जेंट पाउडर				
3	वाशिंग पाउडर				
4	लाण्डी सोप				

- 19 आप मूल्य का निर्धारण करते हैं ?  
 1 स्वयं के द्वारा  
 2 मध्यस्थों के द्वारा  
 3 वार्तालाप करके  
 4 अन्य प्रकार से
- 20 लागत एवं लाभ का निर्धारण कैसे करते हैं ?  
 1 लागत  
 2 उत्पादक का लाभ  
 3 मध्यस्थ का लाभ  
 4 विक्रेता का लाभ  
 5 मूल्य
- 21 उत्पाद का विपणन करने के लिए आप क्या-व्यापार समझौते करते हैं ?  
 1. पूर्व आज्ञा से  
 2. पूर्व धन लेकर  
 3. मध्यस्थ द्वारा रकम लेकर  
 4. मध्यस्थ के द्वारा कच्चा माल प्राप्त कर  
 5. अन्य
- 22 क्या आप अपने उत्पाद को उचित मूल्य पर विक्रय कर पाते हैं ?  
 1 हाँ  
 2 यदि नहीं तो क्यों ?

23 फुटकर विक्रेता द्वारा बेचे गये उत्पाद का मूल्य प्रति टिकिया प्रति किलोग्राम

क्रम संख्या	उत्पाद	1999	2000	2001	2002
1	साबुन - (I) नहाने का				
2	(II) कपडा धोने का				
3	डिटर्जेंट पाउडर				
4	शैम्पू प्रति पैकेट				
5	लाण्ड्री सोप				
	अन्य				

भाग (द) विपणन नीति

24 उत्पाद का विवर्णन

क्रम संख्या	कुल उत्पादन मात्रा	उत्पाद विक्रय		उधार विपणन	औसत साप्ताहिक विपणन
1		उपभोक्ता मूल्य	मध्यास्य मूल्य	राशि	रकम प्राप्ति
2					
3					

25 उद्योग विकास एवं सुधार की संभावना प्रतियोगी वस्तुओं के साथ

उद्योग का उत्पाद			प्रतियोगी वस्तुएं				
क्रम संख्या	उत्पादन का नाम	मात्रा	संभावित प्रति इकाई लागत	विवरण	बनावट	मूल्य प्रति इकाई	प्रतियोगिता के घटक योगिक
1	2	3	4	5	6	7	8
1	साबुन की टिकिया (I) नहाने की (II) कपडा धोने की						
2	डिटर्जेंट पाउडर						
3	वाशिंग पाउडर						
4	शैम्पू						
5	अन्य						

- 26 आप अपना उत्पाद कैसे बेचते हैं ?
- 1 सीधे फुटकर विक्रेता
  - 2 थोक विक्रेता, फुटकर विक्रेता तथा मध्यस्थों के द्वारा
  - 3 केवल मध्यस्थों द्वारा
  - 4 सीधे उपभोक्ता को
  - 5 अन्य
- 27 क्या आप विक्रय संवर्द्धन का कोई उपाय अपनाते हैं ? हाँ/नहीं
- 1 यदि हाँ तो किस प्रकार का संवर्द्धन
  - 2 विक्रय संवर्द्धन पर वार्षिक व्यय
- 28 आपको अपने उत्पाद का विपणन करने में किस प्रकार की समस्या का सामना करना पड़ता है ?
- 1 उपभोक्ताओं के आकर्षण सम्बन्धी
  - 2 मध्यस्थों के व्यवहार सम्बन्धी
  - 3 सरकार नीति सम्बन्धी
  - 4 संगठित क्षेत्र के उत्पाद से प्रतिस्पर्धा सम्बन्धी
- 29 क्या आपको उत्पाद विपणन में कोई शासकीय सहायता प्रदान की जाती है ? हाँ/नहीं
- 30 आप उत्पाद के विपणन वृद्धि हेतु विज्ञापन माध्यमों में किसका प्रयोग करते हैं ?
- 1 टी0 बी0 / टेलीविजन
  - 2 रेडियो
  - 3 समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं
  - 4 दीवाल पेन्टिंग एवं होल्डिंग का
  - 5 विज्ञापन बैनर एवं पम्पुलेटों का वितरण

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
1984-85					
1	23	मेसर्स गुप्ता डिटर्जेण्ट सोप इण्डस्ट्रीज, 161 बी, ओल्ड बैरहना, इलाहाबाद	3 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
2	34	मेसर्स चमन सोप फैक्ट्री, 822 तुलसीपुर, इलाहाबाद	2 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
3	152	मेसर्स सुपर मिलन फेडरेशन (एस0एम0एफ0ए0ई0) 128/1, करैली, इलाहाबाद ।	4 55 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
4	202	मेसर्स मिलन सोप वर्क्स, नेवढिया उपरहार, शकरगढ, इलाहाबाद	30000 किग्रा	ग्रामीण	वांशिंग सोप
5	226	मेसर्स प्रकाश सोप वर्क्स, 114 शाहगंज, इलाहाबाद	24000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक
6	231	मेसर्स शलीम सोप वर्क्स, जमीलाबाद, फूलपुर, इलाहाबाद	48000 किग्रा	ग्रामीण	वांशिंग सोप
1985-86					
7	3	मेसर्स शहाना सोप वर्क्स, 444 दरियाबाद, इलाहाबाद	30000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेण्ट केक

## इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
8	17	मेसर्स सैनिक केमिकल्स, 822 ए, तुलसीपुर, इलाहाबाद	22 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
9	21	मेसर्स एम0आर0 केमिकल्स इण्डस्ट्रीज, 591 सी, दरियाबाद, इलाहाबाद	32 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
10	49	मे0एम0के0 लघुउद्योग 231 अतरसुइया मजवत बाडा मीरापुर, इलाहाबाद	60000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
11	61	मेसर्स एम0ए0 लघु उद्योग 210 अटाला, इलाहाबाद	4 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
12	79	मेसर्स नीला इण्डस्ट्रीज 157, ऊँचामण्डी, इलाहाबाद	15 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
13	88	मेसर्स अर्चना केमिलिस 2/4/ए रामानन्द नगर, अल्लापुर, इलाहाबाद	10 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
14	100	मेसर्स बसल सोप वर्क्स, 399 बादशाही मडी, इलाहाबाद	60000 किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप एण्ड केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
15	131	मेसर्स लकसर सोप वर्क्स 10ए, बाई का बाग, इलाहाबाद	84000 किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप
1986-87					
16	26	मेसर्स गोल्डेन केमिकल्स 36ए, दरभंगा कालोनी, इलाहाबाद	1 04 लाख किग्रा	शहरी	हेयर शैम्पू
17	43	मेसर्स केशरवानी सोप वर्क्स, छाता रोड, सिराथू, कौशाम्बी	50000 किग्रा	सिराथू	वाशिंग सोप
18	44	मेसर्स केशरवानी केमिकल्स वर्क्स, सराय अंकिल, इलाहाबाद	27 लाख किग्रा	नेवादा	वाशिंग सोप
19	53	मेसर्स एस0कुमार एण्ड वर्क्स, 35 स्वामी विवेकानन्द मार्ग, इलाहाबाद	24000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक
1987-88					
20	45	मेसर्स सिवरा इन्टरनेशनल, 24 स्ट्रेची रोड, सिविल लाइन, इलाहाबाद	3.60 लाख किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप
21	65	मेसर्स श्याम केमिकल वर्क्स, ग्रा0-धन केशरा, पो0-आसपुर देवसरा, इलाहाबाद	0 72 लाख किग्रा	ग्रामीण	वाशिंग सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
22	70	मेसर्स बीना सोप वर्क्स, 31 धूमपगज, जी0टी0रोड, इलाहाबाद	9.25 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
23	81	मेसर्स स्वास्तिक सोप उद्योग ग्रा0-डेखावली पो0-पनावा, इलाहाबाद	0.60 लाख किग्रा	ग्रामीण	वांशिंग सोप
24	89	मेसर्स एन0ए0 लघु उद्योग, सी-677, करैली, इलाहाबाद ।	0.63 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
25	199	मेसर्स जेड0ए0 ब्रदर्स, 21, स्टेनली रोड, नेवादा, इलाहाबाद ।	0.56 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
26	216	मेसर्स करैली केमिकल्स वर्क्स, बी-287/9, करैली स्कीम जी0टी0बी नगर, इलाहाबाद	1.20 लाख किग्रा	शहरी	लाण्डी सोप
27	254	मेसर्स ए0ए0 ब्रदर्स एण्ड लघु उद्योग 326, दरियाबाद, इलाहाबाद	0.24 लाख किग्रा	शहरी	वांशिंग सोप
28	316	मेसर्स बब्लू वांशिंग सोप इण्डस्ट्रीज, कर्बला अरैल, इलाहाबाद	1.20	शहरी	वाशिंग सोप



इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
29	322	मेसर्स एम0के0 लघु उद्योग 158, दारागज, इलाहाबाद	1.00	शहरी	वाशिंग सोप
30	323	मेसर्स एस0के0 एण्ड ब्रदर्स, 182, ऊँचांमंडी, इलाहाबाद	0 60	शहरी	वाशिंग सोप
31	346	मेसर्स नूर अहमद एण्ड ब्रदर्स, 70, रसूलपुर, इलाहाबाद	0.60	शहरी	वांशिंग सोप
1988-89					
32	16	मेसर्स बाबा वाशिंग पाउडर केमिकल्स वक्सर्स, 24/47/58ई, किदवई नगर, अल्लापुर, इलाहाबाद	4.8 लाख किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप
33	26	मेसर्स सन वाशिंग सोप इण्डस्ट्रीज, 236 बक्सरी बाँध, अल्लापुर, इलाहाबाद	50000 किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप
34	198	मेसर्स सरोज सोप वक्सर्स 90, बाई का बाग, कीडगंज, इलाहाबाद	1.20 लाख किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
1989-90					
35	28	मेसर्स त्रिवेणी इण्टरप्राइजेज, 47बी/7, दारागंज कटोही सार्क, इलाहाबाद	2 लाख किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक डिटर्जेंट पाउडर वाशिंग पाउडर
36	69	मेसर्स उजियाला वाशिंग सोप इण्डस्ट्रीज वृंदावन सराय ममरेज प्रतापपुर, इलाहाबाद	36000 किग्रा	ग्रामीण	वाशिंग सोप
37	72	मेसर्स वबीना सोप वर्क्स 28 बी0के0एल0कीडगंज, इलाहाबाद ।	24000 किग्रा	शहरी	वाशिंग सोप
38	301	मेसर्स गिफ्ट डिटर्जेंट सोप इण्डस्ट्रीज, 97 मलाकराज, रामबाग, इलाहाबाद	40000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट सोप
39	308	मेसर्स राज केमिकल्स वर्क्स 329 बक्सरी बाजार (बाँध) इलाहाबाद	20000 किग्रा	शहरी	सोप
40	312	मेसर्स ज्ञान सोप वर्क्स 18ए,बेली रोड, न्यू कटरा, इलाहाबाद	28000 किग्रा	शहरी	डिटर्जेंट केक एण्ड पाउडर

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
41	372	मेसर्स राज वाशिंग पाउडर इण्डस्ट्रीज, 238 बहादुरगंज (लोहिया पाण्डेय का हाता) इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	पाशिंग पाउडर
42	396	मेसर्स धारा डिटर्जेंट 949, बमरौली उपरहार, इलाहाबाद	48000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट केक
43	403	मेसर्स त्रिवेणी डिटर्जेंट 46/90, म्योराबाद, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट पाउडर
1990-91					
44	168	मेसर्स श्याम केमिकल्स वक्स टोला शाहगंज, होलागढ़, इलाहाबाद	150000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	डिटर्जेंट केक
45	273	मेसर्स शक्ति डिटर्जेंट केक 165/1ए, मलाकराज, रामबाग, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट केक
46	304	मेसर्स सुप्रीम अल्फा सोप इण्डस्ट्रीज 63के०/5, शिवकुटी, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर एण्ड केकस्
47	488	मेसर्स सहारा लघु उद्योग 152बी/13ए, वसीहाबाद (मस्जिद के पास) इला०	40000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
1991-92					
48	216	मेसर्स सगम केमिकल्स वर्क्स ग्रा0- बुन्दिहार पो0-निवरहिया, इलाहाबाद	180000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेंट पाउडर
49	289	मेसर्स पीयूष केमिकल्स ग्राम व पोस्ट- सिरसा, इलाहाबाद	450000 कि0ग्रा0	ग्रामीण	डिटर्जेंट पाउडर एव वाशिंग सोप
50	305	मेसर्स ममता वाशिंग पाउडर इण्डस्ट्रीज बी0329/7, जी0टी0नगर, करैली, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
51	364	मेसर्स कल्पना वाशिंग पाउडर, जगदीशपुर, थरवई, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	सौराव	वाशिंग पाउडर
52	421	मेसर्स किशन सोप वर्क्स ए-344, टी0बी0नगर, इलाहाबाद	600000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेंट सोप
1992-93					
53	28	मेसर्स गणेश सुपर सोप इण्डस्ट्रीज ग्राम व पोस्ट - लोटरमल, इलाहाबाद	150000 कि0ग्रा0	मेजा	डिटर्जेंट सोप
54	56	मेसर्स कृष्णा वाशिंग पाउडर, मेजारोड, इलाहाबाद	100000 कि0ग्रा0	मेजा	डिटर्जेंट सोप

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
55	69	मेसर्स आर0के0 इण्डस्ट्रीज, 21ए, एग्रीकल्चर इन्स्टीयूट, इलाहाबाद	150000 कि0ग्रा0	शहरी	डिटर्जेंट सोप एव पाउडर
56	178	मेसर्स चन्द्रमा वाशिंग पाउडर, कौडिहार, अटरामपुर, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	कोडिहार	वाशिंग पाउडर
57	198	मेसर्स विकलामा ज्योति वाशिंग पाउडर, आईटी0आई0, स्टेट बैंक काम्पलेक्स, नैनी, इलाहाबाद	25000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
58	219	मेसर्स इण्डियन सोप इण्डस्ट्रीज 54 राधा कृष्ण मार्केट, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	क्लीनिंग पाउडर (बीमेक्स)
59	299	मेसर्स करिश्मा वाशिंग पाउडर देवरी नीवी, नैनी, इलाहाबाद	810000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
60	413	मेसर्स श्री दुर्गा डिटर्जेंट वर्क्स, 3एच/2सी/11, शिवकुटी, इलाहाबाद	50000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर
1993-94					
61	43	मेसर्स हिन्दुस्तान वाशिंग प्रोडक्ट्स 365, न्यू ममफोर्डगंज, इलाहाबाद	40000 कि0ग्रा0	शहरी	वाशिंग पाउडर

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
62	160	मेसर्स क्रिस्टल धनदान केमिकल्स वक्स एण्ड लैबोरीज राम प्रिया रोड, इलाहाबाद	205000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर क्लीनिंग पाउडर टूथ पाउडर
63	198	मेसर्स बंसल सोप निर्माता 629 बाघम्बरी गद्दी, अल्लापुर, इलाहाबाद	300000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग सोप डिटरजेंट केक डिटरजेंट पाउडर
64	252	मेसर्स बुलन्द सोप वक्स 92/2के०, करैली, इलाहाबाद	60000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर
<u>1994-95</u>					
65	22	मेसर्स श्रीवास्तव सोप इण्डस्ट्रीज 23/47/137, किदवाई नगर, अल्लापुर, इलाहाबाद	25000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटरजेंट सोप
<u>1995-96</u>					
66	24	मेसर्स गुप्ता केमिकल्स वक्स 18, कटघर महाबीरन गली, मुद्रीगंज, इला०	140000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटरजेंट पाउडर डिटरजेंट केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
67	31	मेसर्स दिनेश केमिकल्स वर्क्स, 81, मोहत्सिमगज, इलाहाबाद	144000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट सोप
68	96	मेसर्स बाबा सोप वर्क्स ट्रान्सपोर्ट नगर, मुंडेरा, इलाहाबाद	25000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर
69	133	मेसर्स सहल सोप इण्डस्ट्रीज 444 दरियाबाद, इलाहाबाद	200000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट टिकिया, डिटर्जेंट पाउडर, डिटर्जेंट सोप
	<u>1996-97</u>				
70	9	मेसर्स प्रकाश केमिकल्स इण्डस्ट्रीज 176/82बी, रसूलाबाद, तेलियरगज, इलाहाबाद	80000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग सोप तथा बांध
71	22	मेसर्स अल्फा केमिकल्स इण्डस्ट्रीज 429/735 सुल्तानपुर, आवा, इलाहाबाद	---	शहरी	डिटर्जेंट केक
72	26	मेसर्स हेमसन डिटर्जेंट 385/441 बहादुरगज, इलाहाबाद	505000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट केक

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
73	86	मेसर्स रमा प्रोडक्ट्स 33, कटाक कनला नैनी, इलाहाबाद	300000 कि०ग्रा०	शहरी	नील, रंग विम, पाउडर वाशिंग पाउडर डिटर्जेंट
74	102	मेसर्स रमा वाशिंग प्रोडक्ट 384 चक रघुनाथ नैनी, इलाहाबाद	140000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर
75	145	मेसर्स अमृती निर्माण 1056 बलुआ घाट इलाहाबाद	200000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट केक वाशिंग पाउडर
76	159	मेसर्स कृष्णा केमिकल्स वर्क्स 813 अलोपीबाग पंजाबी कालोनी, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट पाउडर.
1997-98					
77	47	मेसर्स हिन्दुस्तानी वाशिंग पाउडर ग्रा०-गोडगवा पो-भरतगंज, इलाहाबाद	25000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	वाशिंग पाउडर
78	66	मेसर्स श्री जोगी इण्डस्ट्रीज ए-1062/3 गोरवी नगर करैली, इलाहाबाद	60000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट सोप डिटर्जेंट पाउडर
79	79	मेसर्स सुमन सोप वर्क्स 187 मोहम्मिसगंज, इलाहाबाद	20000 कि०ग्रा०	शहरी	साबुन उद्योग



इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
80	95	मेसर्स राधिका गृह उद्योग 28बी/92एच नई बस्ती नेताजी मार्ग, अल्लापुर, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	आवला पाउडर सीकाकाई पाउडर रीठा त्रिफला चूर्ण
81	155	मेसर्स शकील साबुन उद्योग 3 चक बहादुरगंज, इलाहाबाद	--	शहरी	साबुन निर्माण उद्योग
1998-99					
82	21	मेसर्स सब्बास प्रोडक्ट्स 528, बहादुरगंज, इलाहाबाद	40000 कि०ग्रा०	शहरी	वांशिंग सोप
83	25	मेसर्स सुपर मैहर वांशिंग पाउडर सुल्तानपुर, खास, मऊआइमा, इलाहाबाद	60000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	वांशिंग पाउडर
84	49	मेसर्स विशाल काटेज इण्डस्ट्रीज और बरौत, इलाहाबाद	78000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	डिटर्जेंट पाउडर
85	74	मेसर्स सूरज केमिकल्स वर्क्स	50000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर
86	116	मेसर्स आनम केमिकल्स 549 अटाला, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटर्जेंट सोप एंव वाशिंग पाउडर

इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
87	123	मेसर्स मोनी केमिकल्स वर्क्स ग्राम व पोस्ट - भोपतपुर, इलाहाबाद	--	ग्रामीण	डिटर्जेंट केक वाशिंग पाउडर
88	128	मेसर्स हिन्दुस्तान सोप वर्क्स 690 दरियाबाद, इलाहाबाद	20000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	वाशिंग पाउडर डिटर्जेंट केक
1999-00					
89	28	मेसर्स केशरी गृह उद्योग 380/261 लखपत राय लेन बहादुरगंज, इलाहाबाद	9000 कि०ग्रा०	शहरी	बर्तन वाशिंग सोप वाशिंग पाउडर
90	52	मेसर्स संगम विद्याम्सल पावल ग्रा०-मकदूमपुर पो०- दिवानगंज, इलाहाबाद	200000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	वाशिंग पाउडर
2000-01					
91	36	मेसर्स मलिक डिटर्जेंट ग्राम व पोस्ट-बहरिया, इलाहाबाद	20000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	डिटर्जेंट पाउडर
92	44	मेसर्स राघल वाशिंग सोप 95/एफ/12 चकिया इलाहाबाद	15000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग सोप

**इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां**

क्रम सख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
93	52	मेसर्स चौदनी डिटरजेंट वक्स भगवतीपुर, धोबहा, इलाहाबाद	10000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	सोप
94	53	मेसर्स विकल्प इण्डस्ट्रीज 350/124 बेनीगंज, इलाहाबाद	70000 कि०ग्रा०	शहरी	हर्बल शैम्पू
95	64	मेसर्स सुश्रुत हर्बल्स 16, एम०जी०मार्ग सिविल लाइन्स इलाहाबाद	966000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	शैम्पू, क्रीम, हेयर ऑयल
96	66	मेसर्स पूजा लघु उद्योग 543 अटाला, इलाहाबाद	25000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर
97	99	मेसर्स मैक्निनल कास्मेटिक बेल फेयर सोसाइटी, केवटाल, झूंसी, इलाहाबाद	120000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	लाण्डी सोप, टायलेट सोप
98	129	मेसर्स रिन्स केमिकल्स वक्स कनिहार, चमनगंज, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	डिटरजेंट केक व पाउडर
99	131	मेसर्स हिन्दुस्तान केमिकल्स इण्डस्ट्रीज ए-344जी०टी०बी०नगर करैली इलाहाबाद	250000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटरजेंट केक, पाउडर व वाशिंग सोप
100	134	मेसर्स कीर्ति केमिकल्स वक्स ग्राम/पोस्ट - दादूपुर, इलाहाबाद	50000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	डिटरजेंट पाउडर व केक

**इलाहाबाद जनपद में असंगठित क्षेत्र के अन्तर्गत साबुन उद्योग की वार्षिक पंजीकृत इकाइयां**

क्रम संख्या	क्रमांक	औद्योगिक इकाई का नाम व पता	वार्षिक क्षमता	शहरी/ग्रामीण	उत्पादित ब्रॉण्ड
1	2	3	4	5	6
2001-02					
101	3	मेसर्स प्रिया लघु उद्योग 549, अटाला, इलाहाबाद	80000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग पाउडर डिटरजेंट केक
102	24	मेसर्स करिश्मा वाशिंग पाउडर ग्राम/पोस्ट-लालगोपालगंज, इलाहाबाद	40000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	वाशिंग पाउडर
103	46	मेसर्स सहाल सोप इण्डस्ट्रीज 444 दरियाबाद, इलाहाबाद	90000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटरजेंट केक पाउडर व सोप
104	47	मेसर्स वीनस केमिकल इण्डस्ट्रीज 152/70, रसूलपुर, सैदाबाद, इलाहाबाद	80000 कि०ग्रा०	शहरी	डिटरजेंट केक, वाशिंग पाउडर व सोप
105	84	मेसर्स गोया लघु उद्योग केन्द्र के-42/2 गौस नगर करैली, इलाहाबाद	90000 कि०ग्रा०	शहरी	वाशिंग सोप एव नहोने का साबुन
106	166	मेसर्स शाह हर्बल संस्थान प्लाट नं०-2,3 झलवा स्कीम इलाहाबाद	5000 कि०ग्रा०	शहरी	हर्बल शैम्पू
107	213	मेसर्स डेबू ट्रेडिंग कम्पनी ग्राम/पोस्ट-भोपतपुर, हडिया, इलाहाबाद	45000 कि०ग्रा०	ग्रामीण	वाशिंग पाउडर एण्ड डिटरजेंट केक